COLEÇÕES DESAFIOS PARA O SÉCULO XXI

SUSTENTABILIDADE E ENSINO DE MODA:

somos parte do problema ou da solução?

Sandra Maia Rodrigues Pereira

Em um cenário de crescente preocupação com a forma como os modos de produção e consumo impactam o meio ambiente, a obra trata de qual tem sido a abordagem da sustentabilidade nos cursos de design de moda. A partir dessa reflexão, a autora sugere possíveis caminhos para que o tema seja efetivamente integrado aos cursos e se torne uma das bases conceituais para a criação pelos designers.

editora UEMG

Sustentabilidade e ensino de moda: somos parte do problema ou solução?

Sandra Maia Rodrigues Pereira

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

PEREIRA, S. M. R. *Sustentabilidade e ensino de moda*: somos parte do problema ou solução? [online]. Belo Horizonte: Editora UEMG, 2024, 139 p. Desafios para o século XXI collection. ISBN: 978-65-86832-33-4. Available from: https://books.scielo.org/id/w59kd. https://doi.org/10.36704/9786586832334.

All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license.

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribição 4.0.

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimento 4.0.

COLEÇÕES DESAFIOS
PARA O SÉCULO XXI

A EdUEMG tem, em suas ações, reafirmado o compromisso com o público leitor de editar e difundir conteúdos de qualidade, sempre preservando seu caráter público e humanista, incentivando o senso crítico por parte dos cidadãos e apoiando a tomada de decisões governamentais.

Nossas coleções Desafios para o Século XXI são textos que reúnem discussões sobre as seguintes temáticas transversais: Biodiversidade, sustentabilidade e mudanças climáticas; Tecnologias digitais e sociedade; e Democracia, intolerância e violência. Cada área foi escolhida por ser um assunto relevante no contexto atual e de fundamental importância para a compreensão dos principais problemas contemporâneos enfrentados pela humanidade.

O livro *Sustentabilidade e ensino de moda: somos parte do problema ou da solução?* compõe as coleções na temática Biodiversidade, sustentabilidade e mudanças climáticas.

UNIVERSIDADE
DO ESTADO DE MINAS GERAIS | UEMG

SUSTENTABILIDADE E ENSINO DE MODA:
somos parte do problema ou da solução?

Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG)

Lavínia Rosa Rodrigues
Reitora

Thiago Torres Costa Pereira
Vice-reitor

Raoni Bonato da Rocha
Chefe de Gabinete

Silvia Cunha Capanema
Pró-reitora de Planejamento, Gestão e Finanças

Vanesca Korasaki
Pró-reitora de Pesquisa e Pós-graduação

Welessandra Benfica
Pró-reitora de Graduação

Moacyr Laterza Filho
Pró-reitor de Extensão

Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais (EdUEMG)

Conselho Editorial

Thiago Torres Costa Pereira | UEMG

Amanda Tolomelli Brescia | UEMG

Ana Elisa Ribeiro | CEFET-MG

Fuad Kyrillos Neto | UFSJ

Moacir Henrique Júnior | UEMG

Ynaê Lopes dos Santos | UFF

Thiago Torres Costa Pereira
Editor-chefe

Gabriella Nair Figueiredo Noronha Pinto
Coordenadora administrativa e editorial

COLEÇÕES DESAFIOS
PARA O SÉCULO XXI

SUSTENTABILIDADE E ENSINO DE MODA:
somos parte do problema ou da solução?

Sandra Maia Rodrigues Pereira

editora | UEMG

BELO HORIZONTE, 2024

Expediente

Antônio de Andrade
Amanda Rabelo Chaves
Revisão

Thales Santos
Sofia Carvalho
Projeto gráfico e diagramação

Este livro foi submetido à avaliação por duplo parecer às cegas, feita por pesquisadores doutores, e à aprovação pelo Conselho Editorial.

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença pública Creative Commons 4.0 Atribuição – Não Comercial – Sem Derivações. Direitos desta edição reservados à Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Rodovia Papa João Paulo II, 4143. Ed. Minas, 8º andar, Cidade Administrativa, bairro Serra Verde, BH-MG, CEP: 31630-900.

(31) 3916-9080 | e-mail: editora@uemg.br | editora.uemg.br

@EditoraUEMG @editora_uemg EditoraUemg Editora UEMG

Pereira, Sandra Maia Rodrigues
P436s Sustentabilidade e ensino de moda [recurso eletrônico] : somos parte do problema ou solução? / Sandra Maia Rodrigues Pereira. – Belo Horizonte : EdUEMG, 2024.
1 recurso online (139 p.) : pdf.

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-86832-33-4

1. Sustentabilidade. 2. Moda. 3. Ensino superior. 4. Designers. I. Título.

CDD – 391
CDU – 391

Catalogação na fonte
Bibliotecária: Gesiane Patrícia de Souza CRB-6/1894

PREFÁCIO

A sustentabilidade está em moda? Parece não haver dúvidas sobre isso. É fácil perceber que a sustentabilidade, especialmente a sustentabilidade ambiental, tornou-se um dos assuntos do momento, gerando fortes e apaixonadas discussões sobre como o modelo de produção e consumo adotado pelo ocidente desde a Revolução Industrial tornou-se perigoso para o planeta e para a própria humanidade. Parece que agora estamos diante de um interessante dilema sobre o futuro: devemos buscar novas formas de produção de bens e adotar estilos de vida menos danosos ao planeta ou continuaremos com o sistema atual de produção e de consumo acelerados, enquanto caminhamos alegremente, com nossos SUVs, nossos *smartphones* e nossas roupas *fast fashion*, para o abismo?

Mais do que uma moda, a sustentabilidade mostra-se imprescindível ao pensamento sobre o futuro, o que nos traz o desafio de uma profunda revisão em nossos padrões de vida e de consumo, bem como em nossas tecnologias e produtos. Não há mais espaço para dúvidas sobre a necessidade de mudança, visto que as evidentes e alarmantes alterações climáticas, além da crescente escassez de recursos naturais e matérias-primas, tornam a questão urgente e fundamental. Essa é, realmente, a questão primordial para a sobrevivência humana no século XXI.

Mas a sustentabilidade está na Moda? Essa pergunta é a interessante provocação feita pela designer e professora Sandra Maia Rodrigues Pereira, que atua no curso de Design de Moda da tradicional Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), ao investigar como os cursos

superiores de moda de Belo Horizonte encaram e incorporam os conceitos de sustentabilidade às disciplinas oferecidas aos estudantes. Em princípio, a resposta parece óbvia: os designers sempre foram parte da vanguarda intelectual e cultural da humanidade, a partir de uma perspectiva fortemente humanista e centrada no bem-estar dos usuários de seus produtos. Ao longo de sua história, o design apresenta-se (com poucas e desonrosas exceções, diga-se de passagem), ao lado das preocupações humanas voltadas para a melhoria das condições de vida, saúde e conforto daqueles que utilizam seus produtos. Parece claro que a sustentabilidade é requisito necessário para uma abordagem contemporânea e consistente nos processos de design, sobretudo em uma área como a moda, caracterizada pela renovação constante, o que parece convidar à permanente reflexão sobre seus princípios e consequências.

A realidade, porém, mostra-se bem mais complexa. A moda é, reconhecidamente, uma indústria poderosa; poderosa e extremamente poluente, além de socialmente injusta, possuindo fortes interesses e instrumentos de pressão sobre a sociedade. Desde os grandes impactos gerados pela utilização intensiva de água para produção irrigada de algodão, passando pela utilização de produtos químicos como tintas e solventes, a indústria da moda representa um desafio às mudanças necessárias à sobrevivência do planeta. Isso além da notória e injusta exploração do trabalho em países como Paquistão e Bangladesh, onde mulheres e crianças são responsáveis pela confecção de peças que serão vendidas a baixo preço em países da Europa. De fato, é curioso observar que os manifestantes pela redução da poluição nos países

ricos são muitas vezes os mesmos que adquirem suas roupas *fast fashion* em lojas como Bershka e Primark.

A sustentabilidade na moda não é, portanto, assunto para amadores ou para abordagens por demais otimistas e simplistas. A dura realidade demonstra que, como diz o ditado, "o caminho do inferno está pavimentado de boas intenções". Uma abordagem segura e consciente da questão da redução dos impactos ambientais e sociais por parte da indústria da moda é oportuna e, mais do que isso, necessária, principalmente quando se observa que o design possui uma importância crucial para o enfrentamento do problema.

Ao incorporar a sustentabilidade como parâmetro de projeto de forma estruturada e coerente, por meio da criação de produtos que sejam realmente sustentáveis, os designers podem efetivamente contribuir para a busca de soluções. É preciso ir além da superficialidade de "produtos verdes" voltados para ações de marketing e de nefastas iniciativas de "*greenwashing*".[1]

Mas como fazer isso? Como incorporar a sustentabilidade como critério de criação de novas coleções e de produtos mais eficientes do ponto de vista ambiental?

1 *Greenwashing* é o nome dado à tentativa de transmitir uma imagem falsa de sustentabilidade, prática adotada por algumas companhias da indústria da moda. Isso pode acontecer de várias formas: ocultando dados, dando ênfase em algum componente ou característica que pode ser considerada sustentável no lugar de produtos que não são sustentáveis, ou até mesmo usando informações inverídicas.

Este livro nos indica que uma das respostas está nos cursos de design de moda, ao investigar como a sustentabilidade é abordada junto aos futuros designers e como os professores contribuem para sua disseminação. Para tal empreitada, a obra começa trazendo conceitos de sustentabilidade desde os primórdios de sua discussão, nos anos 1960, e os principais pontos de sua evolução até os dias atuais. Também é apresentado um precioso panorama da literatura sobre o tema, elucidando terminologias e desfazendo equívocos de interpretação que tanto prejudicam nossa compreensão sobre o assunto. Só por isso, a obra já se configuraria como leitura obrigatória sobre o tema.

No entanto, a autora ainda nos traz uma contribuição singular: uma interessante investigação sobre a incorporação de princípios de sustentabilidade nos cursos de design de moda no Brasil e, particularmente, em Belo Horizonte, capital reconhecida como polo de criação e disseminação de tendências desde meados do século passado. Essa análise se mostra basilar para compreensão da questão da sustentabilidade e das estratégias a serem adotadas para um futuro promissor. Demonstra o interesse dos alunos e, especialmente, a dedicação dos professores envolvidos, ainda que o conceito de sustentabilidade esteja disperso em diferentes disciplinas e até o momento não possua uma abordagem que possa ser considera sistêmica ou holística. A professora Sandra investiga iniciativas independentes, exemplos de dedicação e inovações propostas por docentes dos cursos de moda, muitas vezes feitas de maneira isolada e sem um apoio formal das instituições. Sandra mostra também o interesse crescente por parte dos alunos, futuros profissionais e

elementos-chave para a mudança dos paradigmas da indústria e do mercado consumidor.

Mas o livro vai além dessa investigação cuidadosa. A autora trata do problema e aponta caminhos e desafios, indicando iniciativas importantes para que a sustentabilidade seja efetivamente integrada aos cursos e se torne uma das bases conceituais para a criação de coleções que considerem a redução de impactos ambientais como elementos básicos dos processos de concepção e desenvolvimento na indústria da moda.

É importante ressaltar que para a construção das propostas apresentadas neste livro existe um elaborado processo de pesquisa que envolve a escuta de coordenadores, professores e alunos para a criação de um quadro que permite a compreensão do real cenário do ensino de moda na atualidade. É necessário, para a autora, caminhar da teoria para a prática sustentável nos cursos e na vivência profissional, o que encontra eco nas palavras e depoimentos dos diferentes atores envolvidos com o processo de ensino.

É certo que ainda existem muitos problemas a serem resolvidos e que as perspectivas não são animadoras para aqueles que conseguem enxergar além das ações de marketing e se preocupam com o futuro da humanidade a longo prazo. Precisamos com urgência de novos pensadores, novas formas de resolução de problemas e novas abordagens metodológicas que incorporem soluções para as questões ambientais e sociais aos processos projetuais da indústria da moda, desde sua concepção, produção, distribuição e uso,

até a destinação final. Precisamos de soluções que não se limitem ao marketing, que melhorem as condições de vida dos trabalhadores, reduzam os impactos gerados pela produção e as montanhas de roupas *fast fashion* em países pobres. Precisamos, enfim, de boas notícias.

A professora Sandra Maia, com este livro, nos aponta um caminho. E esta é uma ótima notícia.

Eduardo Romeiro Filho

Professor titular do Departamento de Engenharia de Produção da UFMG

Professor dos Programas de Pós-graduação em Inovação Tecnológica da UFMG e Pós-graduação em Design da UEMG.

SUMÁRIO

Introdução **15**

Capítulo 1 – Formação em moda **23**

Capítulo 2 – Moda e sustentabilidade: uma concepção sistêmica **39**

Moda; insustentável *modus* 42

Sustentabilidade: ampliando perspectivas 50

Moda para a sustentabilidade 57

Capítulo 3 – Ensino superior de design de moda e o tema da sustentabilidade **63**

Em território nacional 70

Capítulo 4 – Belo Horizonte: capital da moda **77**

O tema sustentabilidade no ensino superior de moda em Belo Horizonte (MG) 82

Perspectivas 96

Capítulo 5 – Desafios **117**

Caminhos possíveis 122

Referências **127**

Sobre a autora **136**

INTRODUÇÃO

Experimentação com barbante e tinta puff*, desenvolvida pela professora Tereza Cristina. Acervo da autora.*

Em um primeiro momento, moda e sustentabilidade remetem a dois conceitos aparentemente antagônicos. De um lado, a moda como a conhecemos hoje; o consumismo, a obsolescência, o constante desejo pelo "novo". Do outro, a sustentabilidade, uma ideia oposta; inicialmente percebida como limitação, privação da liberdade material e da diversidade de escolha (Armstrong; Lehew, 2011, 2014; Hur; Cassidy, 2019). Mas uma análise cautelosa permite perceber que nem a moda é sinônimo de consumismo, nem a sustentabilidade significa limitação e que, mesmo diante de muitos impasses, a união desses dois universos pode revelar um grande potencial.

A relação entre moda e sustentabilidade tem como marco inicial o discurso ambientalista das décadas de 1960 e 1970 e foi, em um nível mais amplo, influenciada por um conjunto de movimentos sociais e culturais evidentes nos Estados Unidos da América (EUA) e na Europa (Gwilt, 2014). Desde então, conforme evolui o conceito de sustentabilidade, a moda vem se transformando, refletindo, ao longo do tempo, mudanças atitudinais e perceptivas. Se, inicialmente, o termo "*green*" definiu bem as preocupações ambientais expressas pela moda, hoje, tal termo já não engloba toda a complexidade que a sustentabilidade representa para o campo.

Para Fletcher e Grose (2012), a sustentabilidade impele uma mudança profunda na moda, sendo, talvez, a maior crítica que o setor já enfrentou, pois o desafia em todas suas dimensões; desde a matéria-prima e os processos de produção, até a sua relação com aspectos mais amplos como modelos econômicos, metas, regras, sistemas de crenças e valores.

Os impactos ambientais negativos da indústria da moda acumulam elevados índices de consumo hídrico e energético, uso excessivo de recursos não renováveis, poluição do solo e das águas, além da vultosa quantidade de resíduos sólidos que provêm tanto do processo de produção como do próprio descarte das peças. A tendência a uma moda cada vez mais rápida – "*fast fashion*" – agrava ainda mais esse cenário (Salcedo, 2014).

Em abril de 2013, a queda do edifício Rana Plaza, em Dhaka, Bangladesh, descortinou mais um grave impacto causado pela indústria da moda rápida. O prédio, de oito andares, abrigava confecções de vestuário que atendiam marcas internacionalmente conhecidas como o Grupo Benetton, The Children's Place, Primark, Monsoon, DressBarn e H&M, e apresentava sérios problemas estruturais. O desastre resultou em 1.127 mortos e outros 2.500 feridos, em sua maioria mulheres e crianças. Esse episódio marcou o início do Fashion Revolution, movimento global presente em mais de 90 países, que traz à tona o questionamento sobre a origem das roupas com a intenção de conscientizar o consumidor e fomentar o debate sobre a sustentabilidade na moda (Fashion Revolution, [s. d.]).

A solução para esses e outros problemas relacionados à indústria *fashion* não se dá pela sua extinção, afinal, como pontua Corner (2014), a moda é relevante em diversos âmbitos, entre eles o econômico. Como indústria multibilionária, fornece emprego para um montante considerável e diverso de profissionais, como designers, fabricantes, trabalhadores de vestuário, varejistas, cabeleireiros, maquiadores,

publicitários, jornalistas, fotógrafos e modelos. Em 2018, no Brasil, o setor têxtil e de confecções gerou cerca de 1,5 milhão de empregos diretos e 8 milhões de empregos indiretos, sendo 75% das vagas ocupadas por mulheres (ABIT, [s. d.]).

Nesse contexto de crise, o designer se encontra em posição central e, como projetista, precisa conhecer o sistema atual para propor mudanças capazes de, para além de solucionar problemas pontuais, remodelar hábitos, valores e comportamentos de consumo (Fletcher, 2012; Salcedo, 2014). Para Okada e Berlim (2014), o design de moda no contexto sustentável deve ir além das questões materiais, atuando como mediador de mudanças, estimulando soluções criativas, fomentando novos critérios e valores e promovendo a inovação social.

Gwilt (2014) argumenta que a sustentabilidade deve ser, para o designer, uma oportunidade de inovação. Para o autor, se os profissionais da área de design não conhecem ou não compreendem quais são as estratégias de design para a sustentabilidade, como aplicá-las, nem quais são as possibilidades por elas oferecidas, é pouco provável que mudem seu processo de criação (Gwilt, 2014). Esse ponto de vista é também defendido por Tomaney (2005), que justifica a escassez de projetos que incluam a sustentabilidade pela falta de conhecimento por parte dos designers sobre o que precisa ser mudado e, principalmente, sobre como mudar.

Essa escassez, para Palomo-Lovinski e Hahn (2014), aponta para uma lacuna na compreensão do conceito de sustentabilidade bem como na sua aplicação no ensino e na prática do

design de moda. De acordo com Armstrong e LeHew (2014) há uma crescente pressão para integração da sustentabilidade no currículo do ensino superior da área, mas ainda não existe um consenso a respeito de como viabilizá-la. Embora a inclusão do tema no ensino do design de moda tenha aumentado nos últimos anos, a sustentabilidade ainda é tratada como um assunto agregado, disperso e fragmentado como conceito e inconsistente como plano prospectivo para preparar futuros designers (Armstrong; LeHew, 2011; Fiorentino, 2013).

Para Kozlowski, Searcy e Bardecki (2018), há uma grande variedade de visões, ideias, processos e produtos associados à moda sustentável. Essa constatação deixa clara a necessidade de se conhecer as diferentes abordagens em andamento, os desafios e as perspectivas do ponto de vista de estudantes, educadores e instituições para, então, buscar um caminho mais coeso e coerente que possa orientar o ensino de design de moda para a sustentabilidade.

No Brasil, os estudos relacionados ao tema compartilham conclusões e reflexões encontradas na revisão bibliográfica internacional. Para Lima (2018), embora exista um número representativo de disciplinas voltadas para a sustentabilidade nas graduações em design de moda, o paradigma educacional do ensino ainda é, via de regra, orientado essencialmente ao consumismo, ficando, muitas vezes, alheio aos problemas reais, carecendo de posturas críticas e propositivas de forma contextualizada.

Em Belo Horizonte, eventos como o Slow Week, o Fashion Revolution, o The Street Store e o Ready to Go são exemplos

de ações que promovem a discussão e a prática em torno do assunto. Pequenos empreendedores locais trazem novos produtos e serviços, tendo a sustentabilidade como plataforma de inovação. O tema tem se mostrado cada vez mais presente nas edições do Minas Trend Preview – maior salão de negócios da moda da América Latina, que acontece na capital mineira. Portanto, localmente, é possível perceber um movimento global, e que aponta para transformações no próprio mercado.

Considerando a importância central que o designer possui nesse contexto de mudanças, surge então o questionamento em torno da formação dos profissionais de design de moda em Belo Horizonte. Qual tem sido a abordagem desse paradigma tão desafiante? Como se dá o encontro entre teoria e prática quando conceitos sustentáveis são considerados?[2]

A partir desses questionamentos, e em função do contexto atual da moda, forjou-se o propósito deste livro: identificar questões relevantes para a integração do tema sustentabilidade nos cursos superiores de design de moda sob o recorte geográfico de Belo Horizonte (MG). Para tanto, buscou-se desenvolver os seguintes pontos: 1. conceituar e relacionar moda e sustentabilidade; 2. identificar o potencial da sustentabilidade para valorização do profissional da moda; 3. situar o ensino superior de design de moda, especificamente no Brasil e em Belo Horizonte; 4. verificar a abordagem sobre

2 N.E.: a presente obra tem sua origem na dissertação *O tema da sustentabilidade no ensino de Moda em Belo Horizonte*, defendida pela autora em 2020 no âmbito do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, como requisito para qualificação no curso de Mestrado da Escola de Design.

sustentabilidade no ensino de design de moda – nacional e internacional; 5. identificar a abordagem de sustentabilidade nos cursos de design de moda em Belo Horizonte.

Capítulo 1

Formação em moda

Experimentações com resíduos e materiais alternativos, desenvolvidas pela professora Tereza Cristina. Acervo da autora.

Parece oportuno, neste momento em que a formação em Moda vem ganhando espaço em todo o Brasil e no exterior, poder entender o papel da formação superior em Moda. Embora essa formação venha crescendo de forma representativa no cenário do ensino superior [...], aumentam, também, os debates em torno dela, em especial sobre o seu direcionamento mercadológico, como se a formação em moda não pudesse ir além disso, o que poderia acabar privilegiando o fazer perante o saber

(Borges, 2017, p. 112).

Historicamente, os cursos de moda surgem como resposta a uma demanda de mercado em um contexto de desenvolvimento econômico e industrial. Momento em que o ofício, exercido por artesãos no sistema "mestre e aprendiz", precisa ter seu conhecimento sistematizado para atender um mercado em ascensão (Pires, 2002).

Esse cenário ocorreu primeiro na Europa, berço das revoluções industriais e da moda disseminadas pelo mundo. A França, país reconhecido pela alta-costura, foi sede da primeira escola dedicada ao ensino da moda, a atual École Supérieure des Arts et Techiniques de la Mode (ESMOD), que em 1841, começava sua história através das aulas ministradas por Alexis Lavigne. Os primeiros cursos eram voltados para formação de alfaiates e deixaram de fora a profissionalização feminina. Só mais tarde, em 1877, Alice Guerre, filha de Alexis Lavigne, na condição de diretora da escola, abriu as portas para as mulheres se formarem. Esse fato é interessante, pois revela a moda como algo do universo feminino e doméstico, fazeres manuais que toda mulher "prendada" deveria saber, porém que não lhe concedia nenhuma posição social.

No Brasil, a formação em moda é recente se comparada a outras áreas acadêmicas e sua trajetória na Europa. Até a década de 1980, enquanto a ESMOD já reconhecia o aspecto gerencial e de negócio da moda, integrando ao seu programa conhecimentos do marketing através do curso chamado Fashion Business, nas instituições brasileiras ainda não havia cursos acadêmicos específicos para a área. Pires (2002) lembra que os que queriam aprender o ofício e tinham dinheiro iam estudar nas escolas francesas, trazendo de lá o gosto estrangeiro que ditava (e ainda dita) o que seria moda por aqui. A profissão não demandava formação específica, o que, de acordo com Borges (2017), reforçava a ideia de que bastava ter bom gosto, algum talento artístico e um pouco de informação sobre moda para ser um profissional da área. Fato é que "a moda não era vista como uma área para ser estudada em cursos regulares e, menos ainda no ensino superior" (Aguiar, 2015, p. 3).

No início da década de 1980, a necessidade de um profissional criativo e capaz de atuar no complexo mecanismo da moda fez com que o próprio setor se mobilizasse para a instituição dos primeiros cursos profissionalizantes para o ensino do ofício no Brasil (Pires, 2002). Em 1984, o SENAI CETIQT (Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), localizado no Rio de Janeiro, formou a primeira turma do curso técnico em Estilismo em Confecção Industrial. O curso foi uma das poucas formações em moda oferecidas na cidade por quase 20 anos (Hermes; Júnior, 2017). Belo Horizonte sediou o primeiro curso de moda ligado a uma universidade: o curso de extensão Estilismo e Modelagem do Vestuário, empreendido

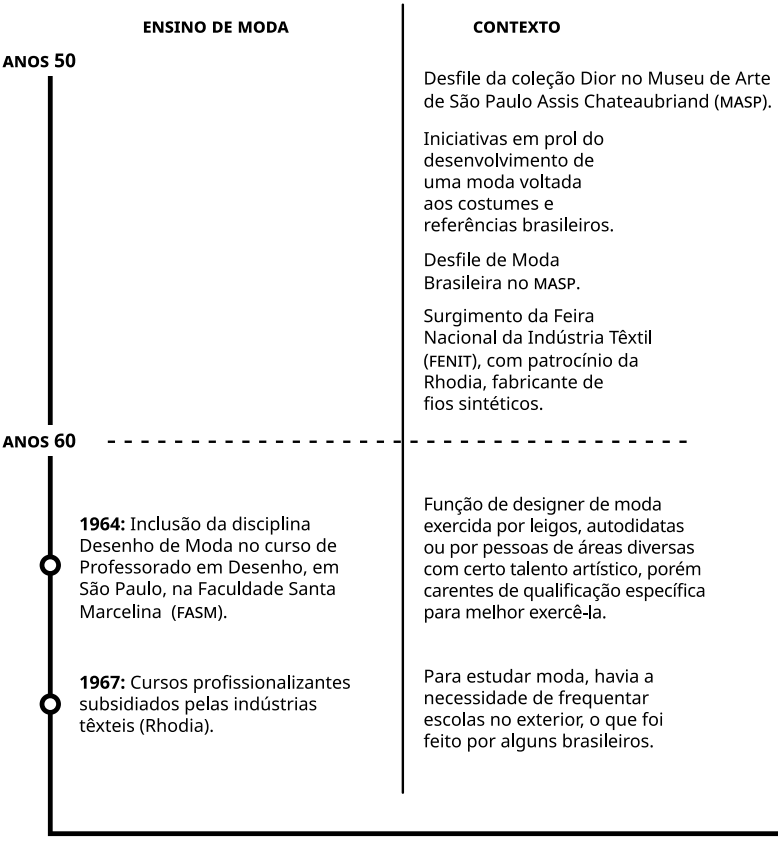
pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) a partir de 1984. Este se tornou o curso superior em Design de Moda, oferecido, atualmente, pela Faculdade de Belas Artes da universidade; curso que formou grandes nomes da moda mineira, como Ronaldo Fraga.

> Sem dúvida, o surgimento de tais cursos esteve atrelado ao aquecimento da economia daquele período, à instalação de novas indústrias de fiação, de têxteis e de confecção de vestuário, da posterior política de abertura do mercado [...] Podemos citar o exemplo do estado de Minas Gerais que, em 1976, contava com apenas 200 confecções. Uma década mais tarde, este número havia crescido para quatro mil, o que fez o seguimento se organizar e criar o *Grupo Mineiro da Moda* e o curso de extensão de *Estilismo & Modelagem do Vestuário* na Universidade Federal de Minas Gerais, intensificando o design dos produtos e tornando-se na época um dos mais importantes centros de criação, produção e difusão de roupas de moda no país (Pires, 2002, p. 2).

Como salienta Marinho, (2005), além das questões econômicas, como o aquecimento da indústria têxtil e de confecção, a abertura de cursos de graduação em design de moda foi influenciada também por um contexto econômico-social de formação de uma classe média, maior demanda por bens simbólicos e expansão do ensino superior privado.

Como esquematizado na Figura 1, antes de se tornar um curso superior, o ensino de moda foi introduzido na academia como disciplina; a partir de 1964 o curso de Professorado em Desenho da Faculdade Santa Marcelina (FASM) oferece a disciplina Desenho de Moda, introduzida pela irmã Jeanne Eugene Villien; em 1984, a UFMG promove o curso de extensão

Estilismo e Modelagem do Vestuário; e, finalmente, em 1988, o Professorado em Desenho da FASM torna-se graduação em Desenho de Moda, o primeiro do Brasil (Martins; Martins, 2015); em seguida, na década de 1990, tem início a graduação em Negócios da Moda, da Universidade Anhembi Morumbi (UAM), também em São Paulo (Lima, 2018).



	ENSINO DE MODA	CONTEXTO
ANOS 70	Cursos profissionalizantes subsidiados pelas indústrias têxteis (Rhodia).	Função de designer de moda exercida por leigos, autodidatas, ou por pessoas de áreas diversas com certo talento artístico porém carentes de qualificação específica para melhor exercê-la. Iniciativas em prol do desenvolvimento de uma moda voltada aos costumes e referências brasileiros.
ANOS 80	**1984:** Criação do curso técnico em Criação de Moda, no Rio de Janeiro – SENAI CETIQT. **1984: Criação do curso de extensão em Estilismo e Modelagem do Vestuário, na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em Belo Horizonte**. **1987: Criação do curso de nível superior em Desenho de Moda, na Faculdade Santa Marcelina (FASM), em São Paulo**.	Aquecimento da economia. Instalação de novas indústrias têxteis e de confecção e vestuário. Carência, por parte da indústria de moda brasileira, de profissionais capacitados para lidar com a criação e desenvolvimento de produtos. Incentivo do próprio setor para a criação de cursos profissionalizantes para o ensino e criação de moda. Crescente cultura do corpo e da aparência, segmentação do mercado e do consumidor. **Grupo Mineiro de Moda (GMM)**.
ANOS 90	**1990:** Criação do curso de graduação em Negócios da Moda, na Universidade Anhembi Morumbi (UAM), em São Paulo. **1994:** Criação do curso de graduação em Estilismo e Moda, na Universidade Federal do Ceará (UFC), em Fortaleza. **1997:** Criação do curso de graduação em Estilismo e Moda na Universidade Estadual de Londrina (UEL), em Londrina.	Constante processo de adaptação dos cursos, criados a partir de modelos de escolas estrangeiras, ao contexto local. Discussão a respeito da elaboração de Diretrizes Curriculares para os cursos de estilismo e moda, e da regulamentação da profissão. Adoção, por alguns cursos, do termo "design" e de seus respectivos conceitos.

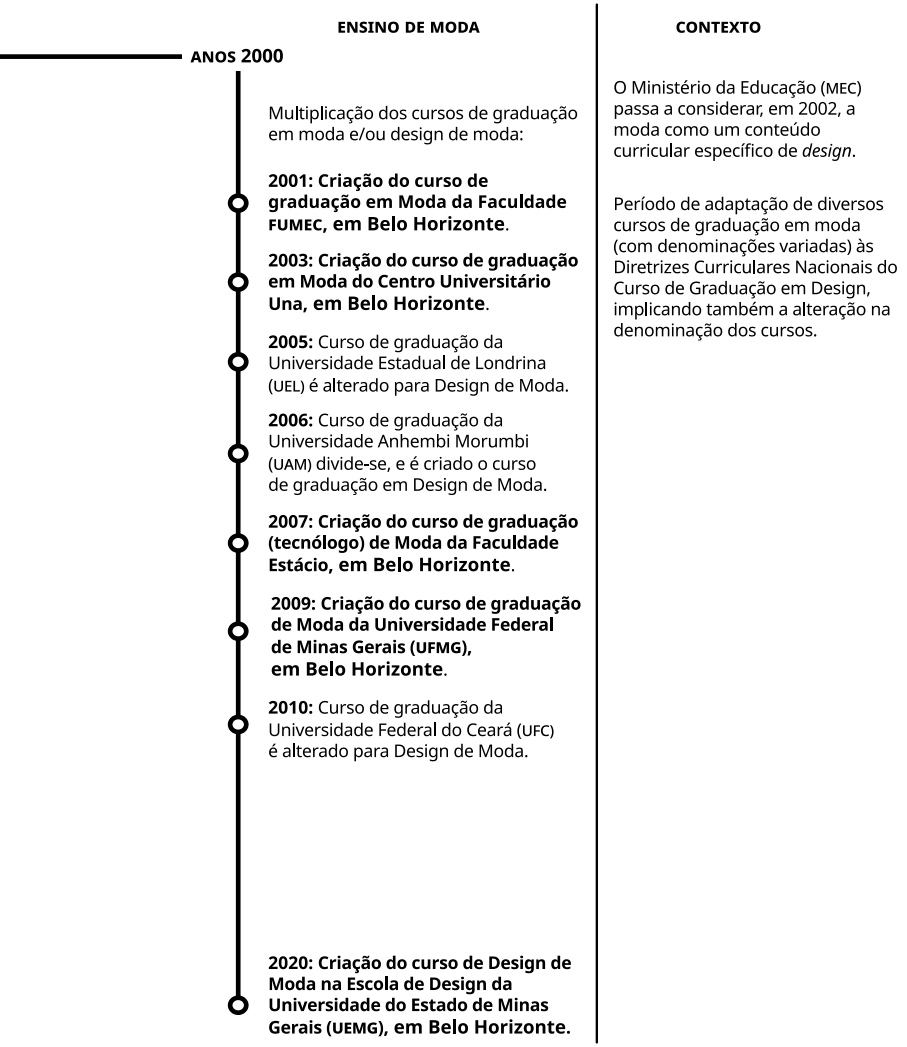


Figura 1: Linha do Tempo – Ensino de Moda no Brasil

Fonte: adaptado pela autora a partir de Liz (2015) e Lima (2018).

Em 2019, o Brasil possuía 159 cursos superiores presenciais em atividade, de acordo com a consulta feita ao e-MEC.[3] A maior parte se concentra nas regiões Sudeste e Sul, com grande destaque para o estado de São Paulo, como demonstra a Figura 2:

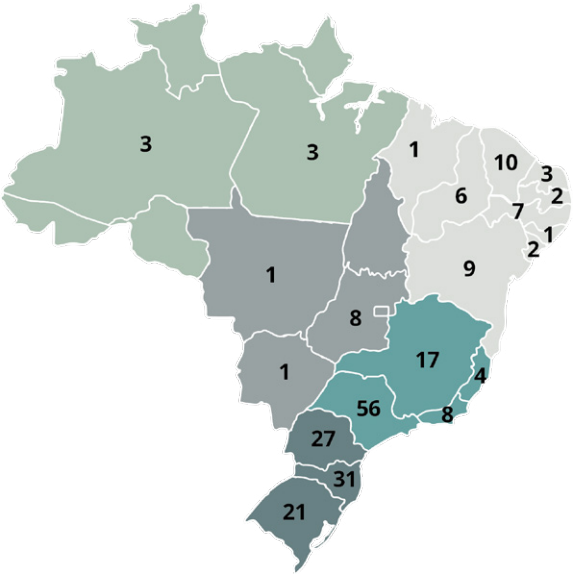


Figura 2: Distribuição dos cursos superiores em moda no Brasil em 2019

Fonte: elaborado pela autora a partir de dados do e-MEC.

No estado de Minas Gerais chama atenção o fato de que, apesar de grande parte das empresas de moda estarem localizadas em municípios do interior – mais de 47% das empresas e de 52% dos empregos no setor em Minas Gerais estão em

3 Vinculado ao Ministério da Educação (MEC), o e-MEC é um sistema eletrônico de acompanhamento dos processos que regulam a educação superior no Brasil. Para mais informações, acesse: http://emec.mec.gov.br.

municípios com menos de 50 mil habitantes –, a formação de capital humano em cursos técnicos está concentrada em cidades com mais de 100 mil habitantes; Belo Horizonte, Passos e Divinópolis concentram 99,45% das matrículas nesses cursos.

A consulta ao site do e-MEC também revelou a predominância nacional dos cursos tecnólogos – cursos profissionalizantes com duração de dois anos a dois anos e meio que, segundo o Ministério da Educação (MEC), têm por objetivo a inserção e recolocação rápida de profissionais no mercado de trabalho. Foram verificados 112 cursos nessa categoria, ante 47 cursos voltados para a graduação (bacharelado). Esses dados refletem a tendência da área da moda para o desenvolvimento de habilidades técnicas com o objetivo de atender às necessidades emergenciais do mercado.

Chama atenção que, mesmo na graduação, essa tendência prevalece e pode ser constatada pela ênfase na dimensão prática dos currículos oferecidos nos cursos superiores de moda, que privilegiam o projeto, a criação, o desenho e a modelagem de roupas e acessórios (Bisneto; Pereira, 2013).

> O problema não está em oferecer um curso profissionalizante na esfera superior, e sim em não ter um posicionamento específico, um posicionamento pensado para oferecer programas e rotas de articulação com o mercado de trabalho na área almejada, que possa promover um processo educativo menos produtivista e mais transformador (Borges, 2017, p. 115).

Para Borges (2017), o ensino vem reproduzindo tarefas dentro do limitado conceito do estilista como criador de coleções

para a indústria do vestuário. Em sua visão, isso ocorre em função do equivocado entendimento da palavra *moda* que, em algumas situações, ainda limita o ensino para a concepção do vestuário sem maiores reflexões sobre as várias possibilidades de atuação. O segmento de moda é amplo e complexo, envolve tanto a cadeia produtiva do vestuário e têxtil quanto de diversos outros produtos (Sousa; Neira; Bastian, 2010). Para além do estilista, existe um leque imenso de oportunidades profissionais, conforme ilustrado por Liz (2015):

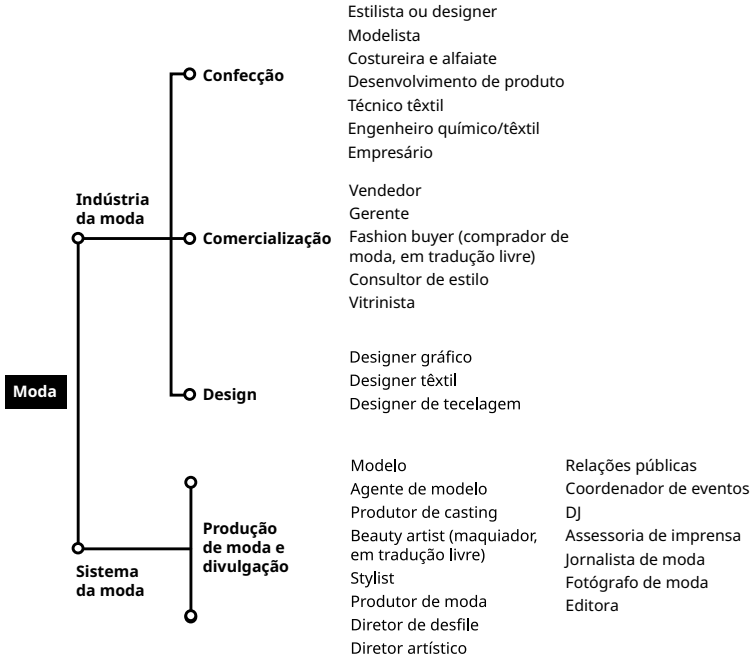


Figura 3: Principais categorias profissionais envolvidas na Moda

Fonte: adaptado pela autora a partir de Liz (2015).

A compreensão da moda enquanto fenômeno social e humano, criadora de diversos bens de consumo, objetos-signos e imagens na sociedade contemporânea evidencia a amplitude do campo de conhecimento que demanda diálogos entre áreas aparentemente distantes, mas que são extremamente complementares, como a psicologia, a sociologia, a filosofia, a economia, a história, a arte e o design. Reúne, dessa forma, entendimentos plurais que convergem para a formação de um campo genuinamente interdisciplinar de múltiplas facetas e que adquire diferentes significados conforme a perspectiva em que é observado (Borges, 2017).

Apesar da abrangência do campo, do representativo crescimento na produção científica e acadêmica (Pires, 2007) e da visível expansão do seu ensino no Brasil nos últimos 35 anos (Borges, 2017) a moda não constitui, para o MEC, um campo de saber autônomo. Com a homologação das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN) do Curso de Graduação em Design, aprovadas em 8 de março de 2004 pela Resolução CNE/CES nº 5, a moda passou a ser considerada pelo MEC como um conteúdo do design (Brasil, 2004).

Esse é um processo que se estende até os dias de hoje e que demanda desde a mudança do nome dos cursos para "design de moda", anteriormente identificados como "estilismo" e/ou "moda", até uma completa reformulação dos projetos pedagógicos.

Segundo o documento, as modalidades e linhas de formação específica, dentro das quais se encontra a moda, vêm atender às possíveis especificidades regionais e de mercado que

demandam diferentes perfis profissionais dentro da área (art. 3º – DCN) (Brasil, 2004).

Em relação ao formando, conforme o art. 3º das DCN do Curso de Graduação em Design, deve-se promover o pensamento reflexivo e a sensibilidade artística

> [...] para que o designer seja apto a produzir projetos que envolvam sistemas de informações visuais, artísticas, estéticas, culturais e tecnológicas, observados o ajustamento histórico, os traços culturais e de desenvolvimento das comunidades bem como as características dos usuários e de seu contexto sócio-econômico e cultural (Brasil, 2004, p. 2).

Para tanto, o Curso de Design deve possibilitar o desenvolvimento de competências e habilidades que, conforme o art. 4º da DCN, somam capacidade criativa, domínio de uma linguagem própria e de técnicas de expressão visual, capacidade de interagir com especialistas de outras áreas, visão sistêmica de projeto, domínio de diferentes etapas de projeto, conhecimento do setor produtivo de sua especialização, domínio de gerência de produção e

> visão histórica e prospectiva centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade (Brasil, 2004, p. 2).

Conforme o art. 5º da DCN, o projeto pedagógico e a organização curricular do Curso de Graduação em Design deverão

contemplar, para tanto, três eixos interligados de formação: conteúdos básicos, conteúdos específicos e conteúdos teórico-práticos.

> Art. 5º [...]
>
> – conteúdos básicos: estudo da história e das teorias do Design em seus contextos sociológicos, antropológicos, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado;
>
> – conteúdos específicos: estudos que envolvam produções artísticas, produção industrial, comunicação visual, interface, modas, vestuários, interiores, paisagismos, design e outras produções artísticas que revelem adequada utilização de espaços e correspondam a níveis de satisfação pessoal;
>
> – conteúdos teórico-práticos: domínios que integram a abordagem teórica e a prática profissional, além de peculiares desempenhos no estágio curricular supervisionado, inclusive com a execução de atividades complementares específicas, compatíveis com o perfil desejado do formando (Brasil, 2004, p. 2).

Embora não constitua objeto de estudo deste livro, é particularmente interessante perceber, na estrutura das DCN do Curso de Design, a reflexão sobre a prática que provém de sua contextualização e consciência das implicações relativas às dimensões "econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas" (Brasil, 2004, p. 2). Refletir sobre a prática do designer de moda é fundamental para a moda neste momento em que esta, claramente, precisa se conectar com a realidade e voltar a fazer sentido em uma sociedade

que anseia por altruísmo, por conexão e que enfrenta graves problemas sociais, ambientais e econômicos (BOF Team, 2017).

Nesse sentido, o protagonismo do design para o alcance de uma condição de sustentabilidade pode e vem servindo de referência tanto no discurso quanto nas metodologias de projeto para a moda.

É necessário o trabalho em conjunto para que uma nova cultura de projeto marque a formação dos novos designers de moda. As históricas resistência e tensão entre ambas as áreas vem cedendo lugar a iniciativas conjugadas potencializadoras de um olhar mais amplo em torno de sua função social. Nesse contexto, é necessário considerar outros laços entre a moda e design com o propósito e o potencial de ampliar o acesso a outra estética de justiça social e de economia, sob uma perspectiva de sustentabilidade ambiental (Pires, 2007).

Disciplinas de caráter socioambiental e de ecodesign, já frequentes em grades nos cursos de design de produto, passam a fazer parte também dos cursos de design de moda. As disciplinas atendem à necessidade de pensar o conceito da sustentabilidade nas várias fases do ciclo de vida do produto, entretanto, apenas sua inclusão não é o bastante diante do volume e ritmo produtivo acelerado do setor (Okada; Berlim, 2014).

> O desenvolvimento de produtos de moda como o vestuário é diferente de outros produtos, como os eletrônicos ou computadores pessoais; o tempo de vida (ciclo de vida do produto) é muito menor – o processo responde a variações de tendências e mudanças

de estação, o valor dos produtos de moda declina rapidamente e as empresas buscam oferecer preços cada vez mais baixos diante do mercado globalizado (Pitimaneeyakul *et al*., 2004 *apud* Armstrong; LeHew, 2014, p. 41).[4]

4 Traduzido pela autora: "*apparel product development is distinct from other products, such as electronics or personal computers, in that the time allotted for the process is much shorter, the process must be responsive to fashion and seasonal changes, the value of fashion products decline at a rapid pace, and apparel companies are under immense pressure to deliver cheaper and cheaper prices as a result of globalization*".

Capítulo 2

Moda e sustentabilidade: uma concepção sistêmica

Experimentação com triângulos em dublagem/tecido vinho, desenvolvida por Patrícia Czekai Slaviscki para trabalho de conclusão de curso. Acervo da autora.

Como campo de conhecimento, a moda abriga múltiplas facetas, podendo ser vislumbrada por diferentes áreas. Thorstein Veblen (1857-1929), o principal teórico da moda no campo econômico, conduz uma análise do ponto de vista do consumo ostentoso; símbolo de *status* para as classes sociais. Para os sociólogos Herbert Spencer (1820-1903), Jean-Gabriel de Tarde (1843-1904) e Georg Simmel (1858-1918) , a moda atua na dinâmica social como um mecanismo de distinção e imitação de classes, enquanto na semiologia Roland Barthes (1915-1980) propõe a sua leitura como signo social, imagem comunicante e valor simbólico que supera seu objeto funcional.

Na filosofia, Jean Baudrillard (1929-2007) e Gilles Lipovetsky (1944) localizam a moda na sociedade do consumo; aqui, a lógica da moda invade outras esferas da vida, disseminando valores como sedução, efemeridade, novidade e exaltação do momento presente. De acordo com os autores, a moda seria um dicionário da vida moderna, expressando os valores de uma época em que o culto à novidade e à aparência formam o substrato para o consumo e constante lançamento de produtos que, em um tempo predeterminado, perdem sua validade apenas por seu fator estético.

A abordagem filosófica de Lipovetsky (2009) é particularmente interessante para o presente estudo, uma vez que a instituição do "novo" como símbolo de valor está profundamente relacionada ao sistema atual de moda e sua insustentabilidade.

Moda; insustentável *modus*

Moda, do latim *modus*, refere-se a maneiras e jeitos de ser; conjunto de opiniões; gostos; assim como modos coletivos de agir, viver e sentir predominantes em um determinado momento. É associada à forma de se vestir, ao uso de novos tecidos, cores, matérias-primas etc.

O conceito de moda não se encontra, portanto, no vestuário, apesar de esse ser seu principal representante. Assim, é oportuno compreender que moda e vestuário se relacionam a duas categorias de bens, conforme demonstrado no Quadro 1: a moda mais voltada ao valor simbólico e o vestuário, ao valor material. As roupas e outros produtos funcionam, dessa forma, como suportes materiais através dos quais circulam símbolos culturais (Laver, 1989).

Vestuário (*clothing*)	**Moda (*fashion*)**
Produção material	Produção simbólica
Tangível	Intangível
Necessidade	Excesso
Função / Utilidade	Função / Distinção
Encontra-se em qualquer sociedade onde as pessoas cobrem seus corpos.	Encontra-se em sociedades em que está constituída institucionalmente e difundida culturalmente.

Quadro 1: Comparativo entre os sistemas do vestuário e da moda
Fonte: adaptado pela autora a partir de Liz (2015).

No âmbito social, a moda é compreendida em sua relação com o indivíduo e o contexto sociocultural. Nesse sentido, está vinculada às motivações psicológicas de construção de

identidade, pertencimento e diferenciação; intermedeia a obediência a padrões sociais delimitados bem como a relação entre o indivíduo e o coletivo e entre a liberdade e a representação individual (Lipovetsky, 2009; Simmel, 2001).

Enquanto indústria, isto é, um conjunto de atividades econômicas que visam a transformação de matéria-prima em produtos ou em bens de produção para consumo, a moda se caracteriza como uma das maiores e mais complexas cadeias de produção (Tärneberg *et al*., 2019). A indústria da moda global é de quase 3 trilhões de dólares anuais. São mais de 60 milhões de trabalhadores envolvidos nas diversas etapas de produção, desde a plantação de algodão até os desfiles de moda, passando pela produção das fibras, fiações, tecelagens, beneficiações, confecções e varejo (Ehrman; Watson, 2018).

Como mencionado anteriormente, no Brasil, o setor emprega em torno de 8 milhões de pessoas. Desse total, 1,5 milhão são empregos diretos e 75% é constituído de mão de obra feminina. O país possui a maior cadeia têxtil completa do Ocidente, sendo o único a ainda desenvolver todas as etapas de produção em seu território (ABIT, [s. d.]).

Por fim, a moda pode ser tratada como um sistema intimamente ligado ao surgimento da sociedade moderna ocidental que expressa e substancia seus valores, como a efemeridade, a afirmação da individualidade, o culto ao novo e a valorização do presente (Lipovetsky, 2009). Nesse sentido, a moda opera como articuladora do consumo (Borges, 2017), um "elo motor" entre a dinâmica social e a produção industrial do setor.

Nos últimos vinte anos a indústria da moda tornou-se altamente globalizada e fragmentada, com peças desenhadas em um país, produzidas em outros e distribuídas por todo o mundo. A produção globalizada significa, basicamente, que toda a produção de bens tem sido terceirizada para economias de baixo custo, particularmente para países onde os salários são muito baixos e as leis trabalhistas quase inexistentes (The True Cost, 2015).

Esse cenário faz parte do modelo de negócio atualmente predominante, "voltado para o mercado de massa e a produção e venda de roupas baratas e homogeneizadas em quantidades cada vez maiores" (Fletcher; Grose, 2012, p. 124). O *fast fashion*, ou "moda rápida", leva ao extremo os valores consumistas do atual sistema de moda e é explicado por Cietta (2012) como uma estratégia que oferece velocidade de resposta ao grande e competitivo mercado de massa global. Peças alinhadas às tendências de moda chegam às lojas toda semana, um ritmo imbatível diante dos tradicionais lançamentos sazonais praticados até então. A baixa qualidade das peças é compensada pelo preço com que são ofertadas, que se torna um grande atrativo e estímulo para a compra em maior quantidade.

> Prazos de produção mais curtos também permitiram que os fabricantes de roupas introduzissem novas linhas com mais frequência. A Zara oferece 24 novas coleções de roupas a cada ano; A H&M oferece de 12 a 16 e as atualiza semanalmente. Entre todas as empresas de vestuário europeias, o número médio de coleções de roupas mais do que dobrou, de duas por ano em 2000 para cerca de cinco por ano em 2011 (Remy; Eveline; Swartz, 2016, [n. p.]).

O *fast fashion* é um modelo de negócio desenvolvido a partir da fusão estratégica do mercado de luxo e *prêt-à-porter*[5] com a moda *commodity*, atendendo a um nicho de consumidores da classe média em ascensão, como demonstrado na Figura 4. Assim, oferece produtos com alto conteúdo de moda a um ritmo acelerado de novidades e com preços muito mais acessíveis que os praticados por marcas de renome no mercado (Cietta, 2012).

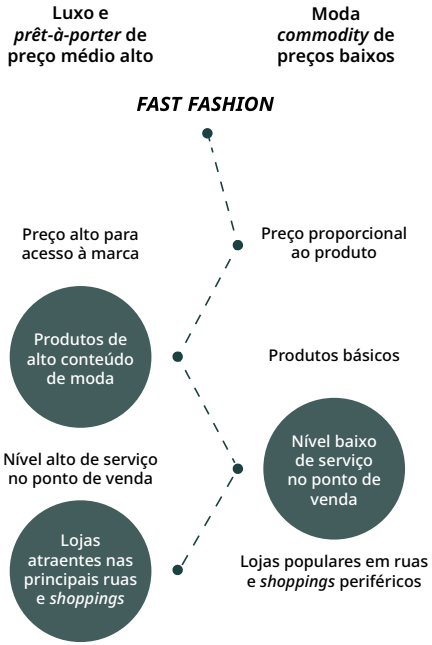


Figura 4: Inovação do modelo de negócio do sistema *fast fashion*

Fonte: adaptado pela autora a partir de Cietta (2012).

5 O *prêt-à-porter*, ou "pronto para vestir", criado pelo estilista francês J. C. Weil no final de 1949, foi um sistema de produção do vestuário baseado na lógica industrial da produção em série. Apesar da proposta de produção em larga escala, manteve o estilo e informação de moda presentes no mercado de luxo, porém a preços mais acessíveis.

Embora o crescimento do negócio seja o efeito econômico desejado e alcançado, as consequências vêm compondo um cenário de insustentabilidade alarmante na indústria da moda (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

> Em uma sociedade cuja economia se fundamenta na produção, no consumo e no descarte excessivos, a significação e a possibilidade de construção de identidades oferecidas pela moda vêm sendo exploradas com vistas à maximização do consumo (Lima, 2018, p. 30).

Os danos causados pelo atual sistema de moda podem ser percebidos sob uma perspectiva socioambiental ao longo de sua extensa cadeia de produção, conforme ilustrado pela Figura 5. Entre eles estão: mudanças climáticas; efeitos adversos sobre a água e seus ciclos; poluição química; perda da biodiversidade; uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis; geração de resíduos; efeitos negativos sobre a saúde humana e efeitos sociais nocivos para as comunidades produtoras (Gwilt, 2014).

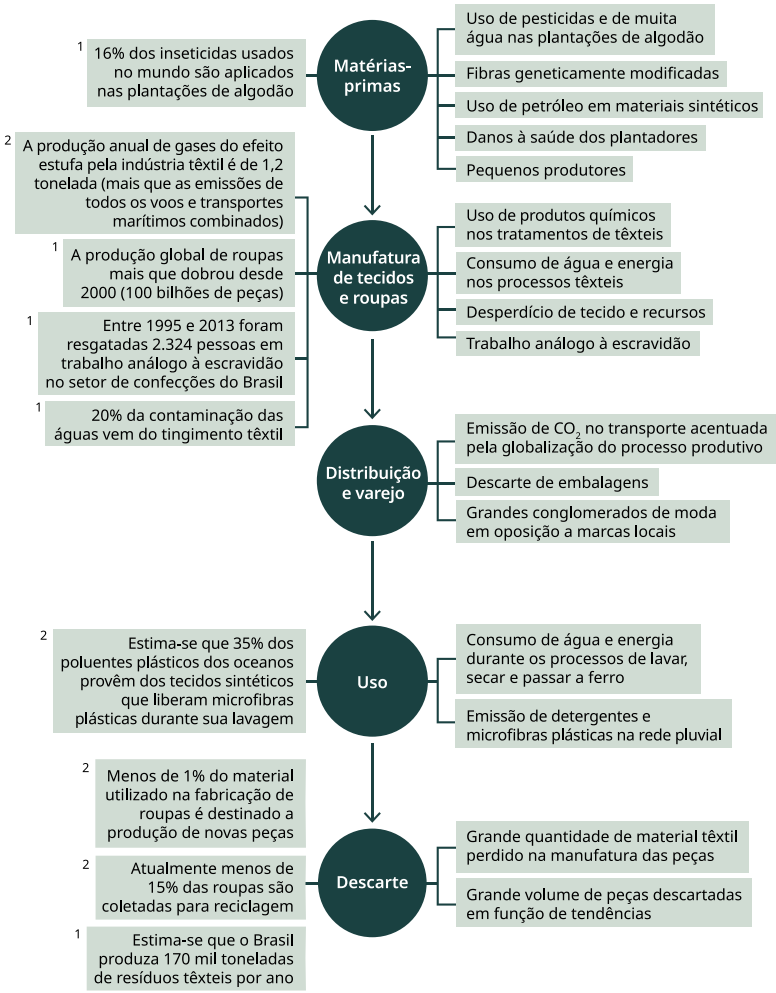


Figura 5: Impactos sociais e ambientais ao longo da cadeia de suprimento de roupas

Fonte: adaptado pela autora a partir de Fashion Revolution (2016), Gwilt (2014) e Tärneberg *et al*. (2019).

No Brasil, os impactos da moda globalizada regida pelo sistema *fast fashion* remontam à década de 1990, quando a abertura do mercado nacional afetou drasticamente a indústria têxtil e de confecção do país. Com o parque fabril obsoleto, uma gestão empresarial pouco dinâmica e o protecionismo reinante até então, a indústria nacional não foi capaz de competir, principalmente com a indústria chinesa, cujas condições eram extremamente favoráveis, devido ao câmbio desvalorizado, à ausência de encargos trabalhistas e à concessão de subsídios (Costa; Conte, N. C.; Conte, V. C., 2013). O mercado têxtil-vestuário brasileiro, a partir de então aberto, passa a receber produtos asiáticos de baixíssimos preços e de pouca qualidade.

Várias foram as consequências da abertura comercial (Paula *et al.*, 2000); além da falência de muitas empresas e do aumento do desemprego, o segmento têxtil tornou-se de capital intensivo e as importações cresceram 94%, conforme a Tabela 1.

Elo da indústria da moda	Importação (em US$ milhões)	
	Em 1990	Em 2010
Fiação	32,8	2600
Tecelagem	36	907
Confecção	54	1200

Tabela 1: Aumento das importações brasileiras na indústria da moda – 1990 a 2010

Fonte: adaptado pela autora a partir de Costa, Conte N. C. e Conte V. C. (2013).

Outro ponto que merece atenção nesse contexto é a transição do consumo de fibras naturais, como o algodão nacional, para as sintéticas e artificiais – como o poliéster e a viscose – adquiridas no mercado externo (Costa; Conte N. C.; Conte V. C., 2013).

Em Minas Gerais, o período de abertura comercial e consequente presença de produtos importados, principalmente da China, coincide com o momento em que a moda se consolidava através do Grupo Mineiro de Moda (1982-1997) e é, para Prado e Braga (2019), um dos motivos que levaram ao enfraquecimento e consequente dissolução do grupo em 1997.

Esse sistema de moda se revelou insustentável inclusive para a própria moda. Na concepção de Carvalhal (2016), ao acompanhar esse ritmo, a moda está se destruindo, e essa é uma importante razão pela qual o sistema da moda precisa mudar. Para o autor, para além de todos os efeitos negativos, ambientais e humanos, a moda tem matado o próprio desejo pela moda, "banalizando suas coleções e seus produtos, com campanhas e ações sem relevância a todo momento" (Carvalhal, 2016, p. 54).

Se a moda é um espelho da sociedade, expressão máxima do espírito do tempo (Lipovetsky, 2009), então parece pertinente considerar o que "ela está dizendo" sobre nós e nosso modo de viver e estar no mundo.

Sustentabilidade: ampliando perspectivas

> No cerne da sustentabilidade está a experiência de conexidade das coisas, a compreensão das incontáveis inter-relações que vinculam os sistemas econômicos, materiais e socioculturais à natureza (Fletcher; Grose, 2012, p. 143).

O debate em torno da sustentabilidade tem início na segunda metade do século XX, momento em que o ritmo de crescimento populacional se torna uma preocupação para a sobrevivência da própria espécie humana. O Clube de Roma, fundado em 1968, é considerado o marco inicial para a compreensão, e posterior concepção, do que viria a ser um desenvolvimento sustentável. A partir de então várias iniciativas foram promovidas com o propósito de, "para além de conceber, compreender e discutir conceitos, vislumbrar caminhos que conduzissem a humanidade rumo a um cenário sustentável" (Lima, 2018, p. 37).

Dentre as tentativas de se definir o que seria o desenvolvimento sustentável, talvez seja possível falar em duas concepções mais amplamente conhecidas. A primeira, apresentada no Relatório de Brundtland,[6] traz a ideia de garantia de um futuro digno às

6 O Relatório de Brudtland é o documento resultado das discussões empreendidas no início da década de 1980, em que a Organização das Nações Unidas (ONU) retomou o debate sobre questões ambientais. Em 1983, sob a chefia da então primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, foi criada a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, encarregada de estudar o assunto. Apresentado em 1987, o documento final dos estudos da comissão foi intitulado "Nosso Futuro Comum", ou "Relatório de Brundtland", em que é formalizada uma proposta de desenvolvimento sustentável definido como "aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas necessidades".

próximas gerações (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1991). Assim, o desenvolvimento sustentável foi interpretado como a capacidade de as gerações do presente suprirem suas necessidades sem comprometer a subsistência das gerações futuras. A segunda, mais prática, propõe uma perspectiva diferente para medir o sucesso de um negócio, até então focado unicamente nos lucros. Para Elkington (2013), os resultados de uma empresa deveriam incluir sua responsabilidade ambiental e social. Ou seja, o sucesso seria calculado a partir de três pilares básicos que ficaram conhecidos como os três Ps – *People, Planet and Profit*, ou "Pessoas, Planeta e Lucros". Atualmente, o "tripé da sustentabilidade" refere-se às dimensões econômicas, sociais e ambientais e, antes adotado como medida, passou a ser tomado como referência para a criação de negócios com o propósito sustentável.

Conforme o século XXI avança, os principais problemas enfrentados pela humanidade – ambientais, sociais e econômicos – mostram-se cada vez mais complexos. Cardoso (2012) lembra que em um mundo interconectado antigos problemas adquirem novas proporções, podendo ser percebidos em sua totalidade, algo inconcebível há algum tempo. Nas palavras do autor (2012, p. 21) "com a disponibilidade de informações cada vez mais completas e a possibilidade de processá-las eficientemente, descobrimos que questões aparentemente simples são mais complexas do que se imaginava".

Os principais desafios enfrentados atualmente, como fome, pobreza extrema e questões climáticas, compõem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda

2030 assinada por 193 países membros da Organização das Nações Unidas (ONU) em setembro de 2015. Com o propósito de melhorar os indicadores econômicos, sociais e ambientais para as próximas gerações, o documento reúne 17 ODSs e 169 metas que devem ser alcançadas até 2030 (ONU, [s. d.]).

Figura 6: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – Agenda 2030
Fonte: ONU, [s. d.].[7]

Para Capra (2002), é necessário um novo conjunto de valores e conceitos; uma nova perspectiva para que esses problemas sejam compreendidos e, quem sabe, solucionados.

> Em última análise, esses problemas precisam ser considerados como facetas diferentes de uma única crise, que é, em grande medida, uma crise de percepção. Ela deriva do fato de que a maioria das pessoas em nossa sociedade moderna, em especial nossas grandes instituições sociais, apoia-se em conceitos de uma visão de mundo obsoleta, uma percepção inadequada da

7 Imagens sob domínio público.

> realidade para lidar com nosso mundo superpovoado e globalmente interconectado (Capra; Luisi, 2014, p. 13).

Essa mudança de percepção constitui um novo paradigma. No âmbito social, um paradigma se refere a "uma constelação de conceitos, valores, percepções e práticas compartilhadas por uma comunidade, formando uma visão particular da realidade que é a base da maneira pela qual a comunidade se organiza" (Capra, 1996, p. 24). Assim, a quebra de paradigma atual envolve a transposição de valores que sustentam uma visão de mundo mecanicista para uma visão sistêmica (Capra; Luisi, 2014), conforme demonstra o

Pensamento mecanicista	**Pensamento sistêmico**
Partes	Todo
Objetos	Relacionamentos
Hierarquias	Redes
Linearidade	Circularidade
Estrutura	Processo
Metáfora mecânica	Metáfora do organismo vivo
Conhecimento objetivo	Conhecimento contextual
Verdade (absoluto)	Descrições aproximadas
Quantidade	Qualidade
Competição	Cooperação

Quadro 2: Comparação entre pensamento mecanicista e sistêmico

Fonte: elaborado pela autora a partir de Capra e Luisi (2014).

> O paradigma que está agora retrocedendo dominou a nossa cultura por várias centenas de anos, durante as quais modelou nossa moderna sociedade ocidental e

> influenciou significativamente o restante do mundo. Esse paradigma consiste em várias ideias e valores entrincheirados, entre os quais a visão do universo como um sistema mecânico composto de blocos de construção elementares, a visão do corpo humano como uma máquina, a visão da vida em sociedade como uma luta competitiva pela existência, a crença no progresso material ilimitado, a ser obtido por intermédio de crescimento econômico e tecnológico, e – por fim, mas não menos importante – a crença em uma sociedade na qual a mulher é, por toda a parte, classificada em posição inferior à do homem [...] Todas essas suposições têm sido decisivamente desafiadas por eventos recentes. E, na verdade, está ocorrendo, na atualidade, uma revisão radical dessas suposições (Capra; Luisi, 2014, p. 15).

Os autores destacam que as atividades humanas e os seus meios de produção e de consumo baseados na visão de mundo mecanicista possuem características fundamentalmente distintas das que regem a dinâmica natural que sustenta a vida. Enquanto a natureza é regida por processos cíclicos, como os ciclos biogeoquímicos, nosso modelo de produção é linear, baseado na extração de recursos em uma ponta e no depósito de resíduos na outra.

Em última análise, as atividades humanas têm causado tantos efeitos nocivos ao meio ambiente porque não consideram os sistemas cíclicos naturais e por não estarem inseridas em sua dinâmica. Assim, a compreensão da sustentabilidade, do ponto de vista sistêmico, passa, fundamentalmente, pela compreensão dos princípios de organização dos ecossistemas. Os autores destacam que esses princípios são iguais para organização de todos os sistemas vivos, incluindo as organizações humanas no âmbito social.

Capra (2002) aborda o assunto a partir do conceito de "comunidades humanas sustentáveis", cujos modos de vida, negócios, economia, estruturas físicas e tecnologia não interferem na capacidade intrínseca da natureza de manter a vida. Para o autor, as comunidades sustentáveis de vegetais, animais e microrganismos oferecem um caminho para se pensar e moldar comunidades humanas sustentáveis.

Essa visão, em vez de colocar a natureza (meio ambiente) dentro dos negócios ou como parte de igual peso entre as dimensões que compõem o tripé da sustentabilidade, traz a percepção de que estamos todos, enquanto indivíduos e sociedades, inseridos nos processos cíclicos da natureza (meio ambiente), conforme ilustra a Figura 7:

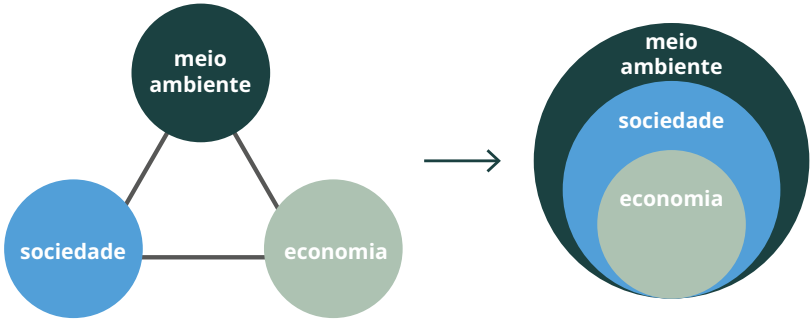


Figura 7: Mudança de paradigma: sistemas separados interdependentes para sistemas integrados
Fonte: Salcedo (2014).

Para tanto, faz-se necessário o conhecimento sobre a forma como a natureza opera sustentando a vida para, então, nos alinharmos aos seus princípios, o que, para Capra (2002), demanda uma alfabetização ecológica. Nesse sentido, o autor

destaca seis princípios da ecologia que atuam diretamente na sustentação da vida: Redes, Ciclos, Energia Solar, Alianças (Parcerias), Diversidade e Equilíbrio Dinâmico.

A concepção sistêmica, portanto, é uma concepção ecológica e contextual (Capra; Luisi, 2014) que demanda a percepção de como algo está encaixado no seu ambiente natural e social, de onde vêm as matérias-primas que o compõem, como foi fabricado, como seu uso afeta o meio ambiente natural e a comunidade pela qual é usado, e assim por diante. Possui ênfase nas relações que se estabelecem entre as partes de um sistema que são inerentemente dinâmicas e fluidas.

Assim, a nova percepção que possibilita um entendimento mais amplo do conceito de "desenvolvimento sustentável" (ou sustentabilidade) está ancorada no pensamento sistêmico que se estrutura em torno de relações, contextos, padrões e processos; e nas relações multidimensionais que existem entre os seres vivos, suas formas de viver e interagir com o meio e com os ciclos naturais do planeta.

A percepção sistêmica e a necessidade de um novo paradigma são apontadas por diversos autores (Fletcher; Grose, 2012; Kozlowski; Searcy; Bardecki, 2018; Palomo-Lovinski; Hahn, 2014; Williams, 2014) como um caminho fundamental para que a moda possa se reinventar e assumir um importante papel para o desenvolvimento de uma comunidade sustentável.

Moda para a sustentabilidade

"A inovação nunca existirá se estiver desalinhada com os ideais de uma época."

(Rodrigues, 2016, p. 13)

Embora a sustentabilidade seja uma área crucial de debate para a moda, seu conceito e, principalmente, sua aplicação na indústria é algo recente e em desenvolvimento (Kozlowski; Searcy; Bardecki, 2018). De acordo com Kozlowski, Searcy e Bardecki (2018), a maior parte dos negócios que se posicionam como sustentáveis se orientam pelo Relatório de Brundtland e pela equidade entre as dimensões sociais, econômicas e ambientais.

A existência de uma variedade de termos – Moda verde, Eco moda, Moda ética, *Slow Fashion*, Moda sustentável – demonstra diferentes concepções e tentativas de abordar o assunto, o que, para Thomas (2008), acaba confundindo o consumidor e facilitando ações de *greenwashing* pelas empresas, prática adotada para transmitir uma falsa imagem de sustentabilidade, seja ocultando dados, usando informações inverídicas ou dando ênfase a algum componente ou característica que pode ser considerada sustentável em detrimento de componentes não sustentáveis.

Neste livro, compreende-se a moda como um meio viabilizador para uma condição de sustentabilidade mais ampla que extrapola o próprio setor e é capaz de contribuir para a construção de uma comunidade humana sustentável. Assim,

o termo “moda para sustentabilidade” mostra-se bastante apropriado, por indicar uma postura proativa e um processo em construção no qual a moda, para além de criar e incorporar valores e práticas sustentáveis em sua indústria, visa contribuir para uma condição de sustentabilidade como um todo.

Pensar a moda para sustentabilidade inclui considerá-la enquanto indústria, dinâmica social e sistema. Assim, requer rever processos e produção – materiais, costura, modelagem, corte, distribuição etc. – mas também relacioná-la à autonomia cultural, promoção da diversidade, empoderamento feminino, inclusão, consciência política e social. Enquanto sistema, a reflexão recai sobre a disseminação de valores que promovam um estilo de vida mais sustentável, onde o culto ao “novo” e o consumismo devem, inevitavelmente, perder seu papel central.

As práticas atuais se orientam pelo pensamento de contribuir para um futuro sustentável e considerar questões ambientais, sociais e econômicas. As propostas variam, como demonstram Armstrong e LeHew (2014), em função de diferentes ênfases adotadas. Algumas, mais orientadas pelo ambientalismo, focam em questões materiais, como reduções na geração de resíduos e no uso de matérias-primas não renováveis. Outras perspectivas buscam aumentar o tempo de vida dos produtos de moda tanto pela qualidade da peça quanto pelo seu valor afetivo.

Outras, ainda, voltam-se para as questões sociais, como o empoderamento dos trabalhadores da indústria *fashion*

e de seus consumidores. Para Perez e Santos (2016, p. 1990), existem

> [...] dois princípios a serem priorizados em cada dimensão da sustentabilidade; a) ambiental – minimizar o uso de recursos e otimizar a vida dos produtos; b) social – favorecer/integrar o marginalizado e capacitar/promover o consumo sustentável/responsável; c) econômico – fortalecer/valorizar os recursos locais e respeitar/valorizar a cultura local.

Percebe-se que, nesse momento de experimentação e construção de novos caminhos, as possibilidades são muitas e, como observa Leibowitz (2019), a sustentabilidade no âmbito da moda pode ser trabalhada em múltiplos níveis.

Nesse sentido, é oportuno recorrer a Vezzoli e Manzini (2008), que classificam as diferentes intervenções de design para sustentabilidade em quatro estágios de maturidade. No primeiro nível se encontram as intervenções que fazem um redesenho ambiental de sistemas já existentes através da escolha de materiais e energia de baixo impacto. Essa primeira fase compreende ações que dependem do desenvolvimento de tecnologias específicas para obtenção de recursos atóxicos, renováveis, biodegradáveis e recicláveis, por exemplo. Nesse âmbito há propostas baseadas em ideias ecológicas mais comuns e que não requerem mudanças substanciais do comportamento do consumidor. Os produtos desenvolvidos irão concorrer com outros similares, sendo diferenciados por qualidades ambientais rotuladas.

Em um nível acima estão as propostas de novos produtos e serviços que levam a substituição de sistemas antigos por outros ambientalmente mais sustentáveis. Nessa fase, o projeto se orienta pela perspectiva do ciclo de vida do produto com o intuito de localizar todas as implicações ambientais possíveis.

Segundo Vezzoli e Manzini (2008), as propostas ambientalmente corretas desse nível são ofertadas em contextos culturais e comportamentais divergentes de seu propósito, o que constitui um desafio para seu sucesso no mercado.

Em um terceiro patamar estão os projetos de novos sistemas de produção-consumo. As intervenções aqui procuram conciliar o socialmente apreciado ao ambientalmente correto e, em geral, são investimentos de maior risco, uma vez que tendem a abrir mercados que ainda não existiam.

Por fim, o quarto e mais complexo nível visa à criação de novos cenários para um estilo de vida sustentável. As estratégias pertencentes a esse estrato buscam promover novos valores e critérios de qualidade que sejam ambientalmente sustentáveis, além de social e culturalmente aceitáveis.

No âmbito da moda, e semelhante a Vezzoli e Manzini (2008), as designers Fletcher e Grose, em seu livro *Fashion & Sustainability: design for change* (2012) – *Moda e sustentabilidade: design para mudança*, na versão traduzida para o português –, identificam três tipos de abordagens: 1. aquelas que promovem a transformação dos produtos de moda; 2. as que promovem a transformação do sistema de moda;

e 3. as que promovem a transformação da prática do design de moda.

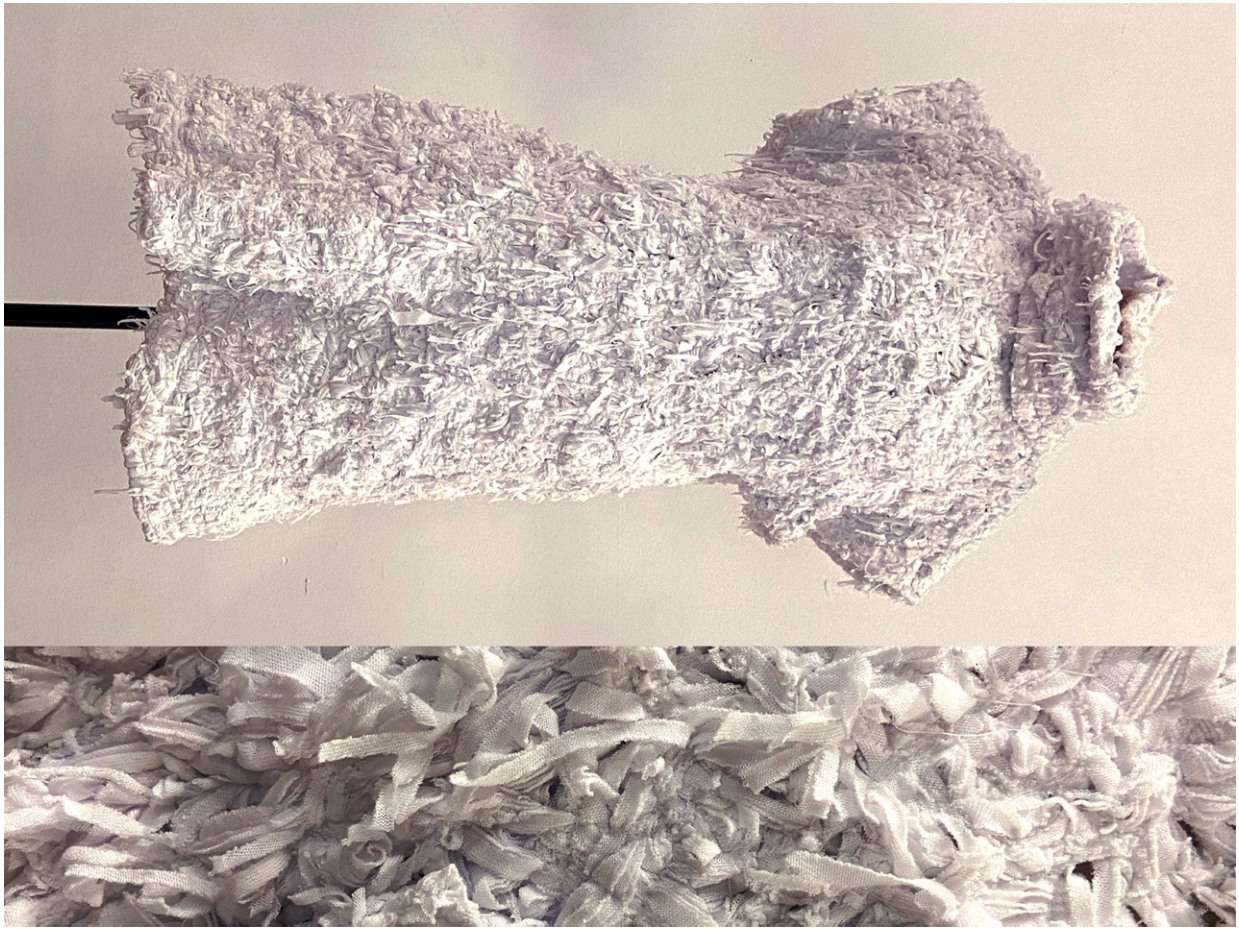
Repensar o papel do designer é, para Fletcher e Grose (2012), um ponto central para a transformação do sistema de moda atual. Para Williams (2014) os designers tornaram-se não mais que sedutores, incentivando usuários a se converterem em viciados no consumo de moda. Portanto, repensar sua prática se faz fundamental e tal constatação recai sobre o ensino que irá formar esse profissional.

Capítulo 3

Ensino superior de design de moda e o tema da sustentabilidade

"Is our design education part of the problem or part of the solution?"[8]

8 "Nossa educação em design é parte do problema ou da solução?". Traduzido pela autora. Cf.: DELONG, M.; CASTO, M. A.; MIN, S.; LEE, Y. K. Education for apparel sustainability from perspectives of design students from differing cultural contexts. **International Journal of Fashion Design, Technology and Education**, [*s. l.*], v. 9, n. 3, p. 248-260, 2016. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17543266.2016.1173234. Acesso em: 26 abr. 2019.



Experimentação com resíduos da overlock *(máquina industrial de costura), desenvolvida por Conceição Aparecida Teixeira para a disciplina de "Sustentabilidade e Moda". Acervo da autora.*

A sustentabilidade é uma questão contemporânea e só recentemente – há pouco mais de uma década – tem sido formalmente considerada pelos cursos superiores de design de moda (Gwilt, 2014). O modelo convencional do ensino de design de moda contrasta com a abordagem sustentável. Para Bowers (2001), diante das ideias de sustentabilidade, as características atuais da moda aparecem como antiéticas e avessas: lucro e escala perpetuados pelo consumismo desenfreado; e produtos com ciclos de vida cada vez mais curtos, baseados em tendências que os tornam obsoletos mesmo em boas condições de uso. A linguagem associada a esses atributos, segundo o autor, está intrínseca aos currículos de moda, o que torna a integração da sustentabilidade um grande desafio. O ensino, de acordo com Fletcher e Grose (2012), está concentrado no produto e na preparação da vida econômica do aluno. Fry (2009) reforça essa ideia destacando que no projeto tradicional de produtos de moda a inovação se limita a mudanças de estilo e tendências para atrair os consumidores, em vez de buscar por mudanças reais no processo de design.

Assim, é perceptível a contradição entre as ambições da educação em preparar os estudantes para empregabilidade em um mundo existente e seus anseios em criar habilidades de que o mundo precisa, mas talvez ainda não reconheça (Williams, 2014). Porém, como advertem Rana e Ha-Brookshire (2019), é urgente preparar os estudantes para atuarem incluindo as questões de sustentabilidade em seus projetos. Para Palomo-Lovinski e Hahn (2014), o ensino está em posição de negociar a relação entre indústria e pesquisa, entre necessidades de mercado e o que os estudos apontam

que será necessário no futuro. É importante considerar, como destaca Tomaney (2005), que o ambiente escolar propicia experimentações da prática sustentável, o que contribui para desenvolver estratégias que nem sempre são possíveis no ritmo cotidiano da indústria.

Para Williams (2014), tratar da sustentabilidade na moda exige imaginar novos cenários, e o espaço de ensino é um lugar vital para que essa imaginação ocorra. O autor enfatiza que o desenvolvimento de novos valores, habilidades e conhecimentos é a maior contribuição do ensino superior para com os alunos. Esse ponto de vista é compartilhado por Landgren e Pasricha (2011), que compreendem que os alunos devem ser incentivados a desafiar suposições e a adotar uma postura ativa e reflexiva para se tornarem agentes de mudança. Ainda sob esse ponto de vista, a Association of University Leaders for a Sustainable Future (1990) reforça o papel fundamental das universidades para a preparação de futuros líderes e profissionais capazes de construir um futuro ambientalmente sustentável.

É imprescindível que o designer possua conhecimentos sobre os princípios, abordagens e ferramentas voltadas para a sustentabilidade, afinal, como poderão escolher um caminho a seguir ou como poderão avaliar as decisões tomadas se não estiverem de posse de informações qualificadas sobre o tema? (Rana; Ha-Brookshire, 2019).

As questões sustentáveis têm despertado o interesse de estudantes e acadêmicos no universo da moda. Conforme aponta Palomo-Lovinski e Hahn (2014), há evidências de um

número maior de estudantes de graduação que buscam por esses conhecimentos, assim como de pesquisadores que se dedicam à aplicação dos princípios da sustentabilidade no ensino de design, refletindo sobre a construção de uma nova base curricular.

Ainda que reconhecida a importância da integração da sustentabilidade no ensino superior de design de moda, na prática, como observa Armstrong e LeHew (2014), esse movimento tem sido superficial e carece de experimentações para a implementação e avaliação. Fiorentino (2013) ressalta que a sustentabilidade, na maior parte das vezes, é apenas contemplada como uma disciplina adicional, um assunto agregado, subordinado aos temas tradicionais do design. Para o autor, o conceito encontra-se disperso e fragmentado, não tendo maior impacto na formação do profissional. Talvez, no centro da questão esteja o fato de que o ensino tradicional busca fazer com que a sustentabilidade funcione para o design, em vez de fazer o design funcionar para a sustentabilidade (Dewberry; Fletcher, 2001).

Vários são os desafios em momentos de mudança como esse, em que o ensino de design de moda precisa incorporar aspectos tão complexos e relativizá-los a um sistema também de alta complexidade. Assim, identificar dificuldades se torna, nesse contexto, um bom ponto de partida para superar os desafios e propor caminhos efetivos.

Nesse sentido, as pesquisas levantaram algumas dificuldades relativas a questões como: 1. aplicação prática dos conceitos; 2. resistência dos alunos diante de conteúdos aparentemente

extras; 3. inconsistência e variedade dos conceitos relativos à sustentabilidade apresentados pelos professores; 4. ensino tradicional voltado para o mercado; e 5. dificuldade por parte dos educadores em adaptar o tema ao conteúdo das disciplinas (Armstrong; LeHew, 2014; Fiorentino, 2013; Fletcher; Grose, 2012; Hur; Cassidy, 2019; Landgren; Pasricha, 2011; Palomo-Lovinski; Hahn, 2014).

Em relação ao mercado, Hur e Cassidy (2019) enfatizam ainda que nas escolas cujos currículos incorporaram a sustentabilidade foi observada uma lacuna entre a realidade da indústria atual e a dos alunos recém-formados. Essa constatação leva a outra questão fundamental para o sucesso das práticas sustentáveis no design de moda: como advertem Palomo-Lovinski e Hahn (2014), é necessário considerar também a rentabilidade, a eficiência e a qualidade estética em igual medida. Afinal, os negócios originados das abordagens sustentáveis no universo da moda precisam ser economicamente viáveis e esteticamente apreciáveis para serem absorvidos pela sociedade.

Como desdobramento dos estudos realizados, os autores concluíram que é importante tomar medidas como: 1. atualização do corpo docente, focada em conhecimentos e habilidades próprias da sustentabilidade e relativos à área do design de moda; 2. considerar a perspectiva dos estudantes, seu repertório, diversidade de origens e experiências anteriores para que eles se sintam envolvidos e o aprendizado seja autêntico e significativo – para isso, as abordagens didáticas *Student Centered Learning* (SCL) e *Education for Sustai*

nable Development (ESD) foram apontadas como suporte para a educação; 3. iniciar conversas de maneiras inexploradas e desconhecidas a partir de uma abordagem transdisciplinar dentro da universidade, que aproxime a moda de outros cursos como biologia, sociologia, química, psicologia etc.; 4. associar o ensino do design de moda para sustentabilidade ao empreendedorismo e inovação; 5. revisar a prática do design de moda em função dos princípios da sustentabilidade; 6. adotar uma perspectiva sistêmica; 7. considerar questões locais; 8. relacionar a sustentabilidade com cada disciplina (Armstrong; LeHew, 2014; Fiorentino, 2013; Fletcher; Grose, 2012; Hur; Cassidy, 2019; Landgren; Pasricha, 2011; Palomo-Lovinski; Hahn, 2014).

Do ponto de vista de abordagem pedagógica, Khan (1995) observa que sustentabilidade e design compartilham muitas semelhanças. Ambas as áreas necessitam de abordagens holísticas, interdisciplinares e integradoras. A capacidade de definir problemas holisticamente e analisá-los a partir de múltiplas perspectivas é apontada pela Association of University Leaders for a Sustainable Future (1990) como uma habilidade da educação voltada para a sustentabilidade. Da mesma forma, o design, como analisam Dewberry e Fletcher (2001), trabalha com uma aprendizagem criativa, focada em soluções e habilidade de interpretação com múltiplas fontes. Rissanen (2018) acrescenta que o design tem uma capacidade específica para direcionar ações futuras, característica importante para a construção de um futuro mais sustentável. Para Dewberry e Fletcher (2001), essa similaridade sugere que talvez não seja necessária uma pedagogia inteiramente nova para integrar a sustentabilidade no ensino de design.

Em território nacional

No Brasil, estudos dedicados à questão da sustentabilidade como conteúdo integrante do currículo do ensino superior de design de moda compartilham conclusões e reflexões encontradas na revisão bibliográfica internacional apresentada anteriormente. Porém, há que se destacar três particularidades relativas ao contexto nacional, como proposto por Lima (2018). Primeiramente, a autora chama atenção para o próprio cenário do ensino brasileiro, que tanto padece em todas as esferas, o que, naturalmente, repercute sobre o objeto deste livro. Lima destaca então a história recente da moda no âmbito acadêmico, evidenciando um campo ainda em formação e, por fim, o fato de que, embora tenha sido fomentado pelo próprio setor/mercado, o ensino foi pautado em projetos pedagógicos do exterior.

A discussão em torno do tema "moda e sustentabilidade", apesar de ainda incipiente, tem se firmado cada vez mais no âmbito dos projetos nacionais de pesquisa e extensão, como constatado por Puppim, Mendes e Broega (2018). Porém, a abordagem do tema sob o viés do ensino é ainda recente e escassa. A revisão bibliográfica dessa etapa se apoia, portanto, em poucos mas valiosos estudos que se propuseram a pensar a questão pela raiz.

Marques e Jacques (2015) analisaram a presença de disciplinas sobre sustentabilidade em 20 cursos de design de moda ministrados no Brasil. Os resultados apontaram a existência de iniciativas formais de discussão da sustentabilidade nos cursos de moda de nível superior (tecnólogos e bacharelados) em 13 das 20 instituições verificadas. No entanto, em

uma segunda etapa, Marques e Jacques (2015) relativizaram a quantidade de disciplinas sobre sustentabilidade em função da carga horária e destacaram que ainda há muito o que ser trabalhado para que um novo paradigma se instale no ensino e a sustentabilidade deixe de ser um anexo para fazer parte do redirecionamento dos cursos, como percebido também por Lima (2018).

De modo geral, as disciplinas verificadas por Marques e Jacques (2015) associavam a temática da sustentabilidade aos seguintes tópicos: ética, projeto, empreendedorismo, meio ambiente, gestão, ecologia e ecodesign. Complementando esse escopo, Berlim (2012) lista alguns itens que, em sua concepção, devem ser abordados nas disciplinas sobre sustentabilidade nos cursos de design de moda considerando as particularidades do cenário brasileiro:

- extrativismo; fontes renováveis de energia; fontes tradicionais e potenciais de fibras, madeira, óleos fixos, resinas, gomas, látex, óleos essenciais e princípios ativos tóxicos e medicinais; perspectiva das relações entre humanidade e vegetais;

- história ambiental – estudo das manifestações de cultura em relação ao ambiente circundante, no período da antiguidade e no processo de modernização;

- relações e dicotomias entre a cultura de moda e a sociedade de consumo; identidade e expressão através do parecer e da necessidade de consumo;

- estudo aprofundado da sustentabilidade como macrotendência mundial e sua expressão na moda contemporânea; o termo "desenvolvimento" e seus conceitos fundamentais; como avaliar e monitorar e o que esse tipo de desenvolvimento pode significar na indústria têxtil;

- introdução à responsabilidade social corporativa; ISO 26000 – custo humano da *fast fashion* e como entendê-lo e processá-lo segundo novos conceitos e realidades de mercado;

- mercado alternativo; comércio justo; proposta ética e seus aspectos sociais;

- introdução à ecologia, à biodiversidade nacional e aos recursos vegetais têxteis;

- recursos usados na manufatura de fibras têxteis sintéticas e artificiais;

- algodão orgânico no mundo e no Brasil, seus aspectos políticos, sociais e ambientais;

- estudos dos conceitos de ecodesign e novos materiais; ciclos da cadeia têxtil e ciclo de vida de seus produtos.

Perez e Santos (2016) advertem que é necessário que o ensino de sustentabilidade nos cursos de nível superior ultrapasse o âmbito de materiais e produtos (que atualmente concentra a maior parte das propostas) para fornecer diferentes estratégias, métodos e ferramentas que auxiliem a prática de designers de moda. Assim, será de fato possível desenvolver

sistemas “produto + vestuário” sustentáveis e, principalmente, propor novos cenários de estilos de vida orientados ao consumo suficiente. É necessário, portanto, que sejam desenvolvidas competências para que esses profissionais possam atuar em um cenário mais complexo.

Lima ampliou as discussões sobre o tema no ensino de design de moda com sua tese *Ensino superior em design de moda no Brasil: Práxis e (in)sustentabilidade* (2018), defendida na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP). Sob o recorte dos cursos de bacharelado, a autora encontrou 34 cursos em atividade na época da pesquisa, dos quais 15 apresentavam em sua matriz curricular disciplinas cujas denominações explicitam o comprometimento com a questão da sustentabilidade.

Instituição	Curso	Disciplina relacionada
Universidade Federal do Ceará (UFC-CE)	Design – Moda	Moda, Design e Sustentabilidade (Optativa) Slow Fashion (Optativa) Educação Ambiental (Optativa)
Fundação Mineira de Educação e Cultura (FUMEC-MG)	Design de Moda	Moda e Sustentabilidade
Faculdade de Desenvolvimento e Integração Regional (FADIRE-PE)	Design de Moda	Moda e Desenvolvimento Sustentável
Universidade Federal do Piauí (UFPI-PI)	Moda, Design e Estilismo	Ecodesign
Universidade Estadual de Londrina (UEL-PR)	Design de Moda	Sustentabilidade

Instituição	Curso	Disciplina relacionada
Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)	Desenho Industrial – Design de Moda	Design de Moda Sustentável Projeto Comunitário
Universidade do Tuiuti do Paraná (UTP-PR)	Design de Moda	Gestão Sustentável Design e Sustentabilidade
Centro Universitário Ritter dos Reis (UNIRITTER-RS)	Design de Moda	Ecologia Aplicada ao Design Desenvolvimento Humano e Social Desafios Contemporâneos
Centro Universitário Metodista (IPA-RS)	Design de Moda	Design Sustentável
Centro Universitário de Brusque (UNIFEBE-SC)	Design de Moda	Responsabilidade Socioambiental
Centro Universitário Belas Artes de São Paulo (FEBASP-SP)	Design de Moda	Design e Sustentabilidade
Universidade do Vale do Paraíba (UNIVAP-SP)	Design de Moda	Projeto em Moda – Ecodesign
Universidade Anhembi Morumbi (UAM-SP)	Design de Moda	Fundamentos do Design de Moda e Sustentabilidade Desenvolvimento Humano Empreendedorismo e Sustentabilidade Projeto Experimental: Inclusão Social
Centro Universitário Senac – Santo Amaro (SENAC-SP)	Design de Moda – Estilismo	Design e Sustentabilidade Ética, Cidadania e Sustentabilidade
Centro Universitário Senac – Santo Amaro (SENAC-SP)	Design de Moda – Modelagem	Design e Sustentabilidade Ética, Cidadania e Sustentabilidade

Quadro 3: Instituições, cursos e suas respectivas disciplinas relacionadas à sustentabilidade

Fonte: Lima (2018, p. 75).

Embora a autora considere esse número representativo, ela adverte que, apesar das disciplinas encontradas, o ensino de design de moda ainda é, via de regra, orientado ao consumismo e se encontra à parte dos reais problemas da sociedade, necessitando de posturas críticas e propositivas (Lima, 2018).

Para Santos e Perez (2017), o sistema de ensino deveria ser pensado sem as tradicionais divisões hierárquicas e burocráticas, resultando em uma abordagem transdisciplinar que subsidie um entendimento mais amplo sobre o papel do designer enquanto estudante, professor e profissional atuante no mercado. Nesse sentido, Lima (2018) acrescenta que o ensino deve promover a reflexão do aluno a respeito de si, de seu projeto e do contexto no qual se encontra inserido. Para além de transdisciplinar, a autora acredita que a presença da sustentabilidade deve ser de tal forma integrada que seja capaz de reconfigurar o próprio curso, para que este assuma uma perspectiva mais crítica, holística e ecológica, promovendo novas abordagens para os processos criativos e produtivos da moda.

Lima (2018) destaca ainda a necessidade de que os conteúdos estejam articulados entre si e relacionados a caminhos e desafios do mundo real. Para transpor o desafio de tornar mais prática a abordagem sobre sustentabilidade, a autora propõe que seu ensino seja sempre contextualizado, relativizado em função do local, do tempo e das circunstâncias em que se realiza.

Nessa nova conjuntura educacional, o aluno deve ser o protagonista (Mendes, 2017). Para tanto, Lima (2018) considera que é preciso promover a motivação e o comprometimento dos alunos, que decorrem do reconhecimento sobre o posicionamento singular do design enquanto mediador entre produção e consumo. A autora sugere que, para engajar os alunos, as reflexões a respeito da insustentabilidade do sistema de moda precisam ser associadas ao universo de cada um.

Dessa forma, diante de um cenário de mudança, espera-se que os estudantes possam assumir seu papel de compromisso com a sociedade e seus desafios contemporâneos, o que pode ter um impacto significativo em sua satisfação ante uma profissão que contribui para a melhoria da qualidade de vida das pessoas (Lima, 2018).

Capítulo 4

Belo Horizonte: capital da moda

Experimentação com retalhos de tecido americano cru com aplicação de foil *(película de poliéster), desenvolvida por Larissa Fernanda Krepel Teixeira para a disciplina de "Núcleo de experimentação III". Acervo da autora.*

Belo Horizonte possui destaque na cena nacional de moda. A cidade conta com o maior salão de negócios de moda da América Latina, o Minas Trend. O evento é reconhecido por estimular o crescimento e a organização do setor; aproxima fabricantes e lojistas, criadores e pesquisadores, promovendo troca de conhecimento e integração entre os profissionais.

Além disso, capital mineira abriga o primeiro museu público de moda do Brasil, o Museu da Moda (MUMO). Inaugurado em 2016, o MUMO representa um importante marco para o reconhecimento da moda como bem cultural.

Tradicionalmente, a moda mineira é reconhecida por seus bordados, em especial pelo segmento moda festa. Apesar de não ser o único estilo do estado, percebe-se que o trabalho realizado com as superfícies têxteis constitui uma característica singular da região, descrita por Amorim (2016) como gosto pela ornamentação. Os processos artesanais relacionados à tradição geracional foram identificados pelo autor como um dos principais recursos de ornamentação utilizados. Para Amorim (2016), a moda mineira é genuinamente *Slow*; possui enraizado o processo manual da ornamentação que enriquece a superfície têxtil e mantém viva sua história e cultura.

Nos primeiros anos da capital mineira, o cenário da moda é constituído pelo comércio de tecidos através dos armarinhos e pela produção do vestuário que nasce com o trabalho de alfaiates, costureiras e modistas. Na década de 1930, a modista mineira Carmen de Andrade Mello e Silva cria, juntamente com seu marido, o engenheiro calculista Antônio

Mello Silva, um método sistematizado de modelagem do vestuário: o Método Corte Centesimal. A criação do método de modelagem relaciona-se ao desenvolvimento da indústria do vestuário mineiro por constituir uma atividade de formação de profissionais (Liz, 2015).

A indústria do vestuário se consolidou em Belo Horizonte na década de 1970, em consequência da formalização da sua Região Metropolitana e da introdução de estilos de vida e hábitos de consumo essencialmente urbanos. Observou-se, à época, a crescente participação feminina no mercado de trabalho, que tanto constituiu mão de obra para indústrias e confecções quanto formou um público consumidor, com aumento real do poder de compra e das exigências no modo de vestir.

Como visto anteriormente, com a criação do curso de extensão em Estilismo e Modelagem do Vestuário da Universidade Federal de Minas Gerais em 1984, Belo Horizonte se tornou vanguarda na formação de profissionais de moda no âmbito acadêmico.

Atualmente, o ensino de moda encontra-se difundido em diversos cursos que oferecem formação livre, técnica e superior. Observa-se, na formação livre, a presença de uma nova geração de modelistas e bordadeiras que empreendem o ensino em seus ateliês/escolas, mantendo vivos saberes tradicionais da história mineira – como o Ateliê Algodão Cru, o Sayuri.Criativo e o Ateliê Sagarana, para citar alguns. Cursos de aprendizagem, técnicos e de qualificação são encontrados em entidades do Sistema S como o Serviço Nacional de

Aprendizagem na Indústria (SENAI-MG) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC-MG).

Somente após os anos 2000 o ensino superior em Belo Horizonte passa a contar com cursos de design de moda. A partir da revisão bibliográfica e observando as datas em que os cursos se estruturaram, nota-se a relação entre ensino e amadurecimento do mercado que, no caso de Belo Horizonte, teve como força motriz as iniciativas do Grupo Mineiro de Moda (GMM) (1980-1994).

Na década de 1980, quando o GMM foi criado, inicia-se o curso de extensão em Estilismo da UFMG, em 1984, como resultado direto das transformações no mercado local efetivadas pelo grupo. O curso atuou na qualificação profissional durante toda a década de 1990, contribuindo para a consolidação da moda mineira no cenário nacional.

Impulsionados pelo sistema de moda organizado pela atuação do GMM entre 1980 e 1994, a partir dos anos 2000 surgiram novos cursos superiores de design de moda em faculdades e universidades de Belo Horizonte – na FUMEC, em 2001; no Centro Universitário Una, em 2003; na Estácio, em 2007; e na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em 2009. O sistema criado e consolidado se tornou responsável pelo calendário de moda e por grandes eventos sazonais de lançamento de coleções, como o Minas Trend.

No momento em que se desenhou a presente análise, a oferta de cursos de design de moda pelas instituições de ensino superior se organizava conforme a tabela a seguir:

INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR				
Nome	**FUMEC**	**UNA**	**ESTÁCIO**	**UFMG**
Início	2001	2003	2007	2009
Curso	Design de Moda	Moda	Design de Moda	Design de Moda
Turno	Tarde	Manhã ou noite	Manhã	Noturno
Modalidade	Bacharelado	Bacharelado	Tecnólogo	Bacharelado
Carga horária	2.844 horas	2.120 horas	1.120 horas	2.400 horas
Particular ou pública	Particular	Particular	Particular	Pública
Área	Arquitetura e Urbanismo	Arquitetura e Urbanismo & Design	Humanidades e Artes	Escola de Belas Artes

Tabela 2: Relação dos cursos superiores em design de moda em Belo Horizonte[9]

Fonte: elaborado pela autora.

O tema sustentabilidade no ensino superior de moda em Belo Horizonte (MG)

Por meio da investigação empírica nas IES citadas anteriormente e centrada nos olhares daqueles que compõem o cotidiano dos cursos de design de moda em Belo Horizonte (MG) – instituições, docentes e discentes –, na pesquisa que originou esta obra, buscou-se compreender como a

9 N.E.: Posteriormente à realização da análise proposta pela obra, em 2020, teve início o funcionamento do curso de bacharelado em Design de Moda da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. Nota-se, ainda, nos últimos anos, a criação de outros cursos de bacharelado e tecnólogo, ofertados na modalidade de ensino a distância por diversas faculdades privadas.

sustentabilidade é percebida e expressa por cada um, especificamente, em sua relação com a moda.

Não se trata de uma avaliação da qualidade dos referidos cursos, tampouco foi objetivo fazer julgamentos de ordem ética ou moral. O propósito foi relatar e, dessa forma, tornar acessível mais uma parte da história da moda local no que tange à transformação do ensino superior de design de moda em Belo Horizonte e seus desafios diante dessa mudança.

O ensino superior de design de moda passa por uma visível transformação. A reflexão crítica sobre as implicações da profissão se faz presente tanto nas propostas pedagógicas dos cursos como em sala de aula.

Os objetivos dos cursos apontam para uma formação crítica e reflexiva quanto à profissão e sua função social. O desenvolvimento de uma visão sistêmica de projeto e capacidade de trabalhar em equipes interdisciplinares são habilidades que ganham ênfase no contexto total. Nesse sentido, cabe o destaque a alguns trechos retirados dos Projetos Político-Pedagógicos (PPP) das instituições de ensino superior (IES) analisadas, resumidos pelo quadro a seguir[10].

10 N. E.: Não foi possível acessar o PPP do curso de design de moda da Instituição A, motivo pelo qual ela não aparece nos quadros 4 e 5.

IES – B	IES – C	IES – D
Caráter reflexivo, crítico e analítico sobre o próprio processo criativo; Foco interdisciplinar.	Integração do saber pedagógico ao meio social; Desenvolvimento do espírito crítico e da ética profissional; Incentivo à consciência e autonomia sobre a profissão; Atender às necessidades locais, regionais e nacionais; Estimular no aluno a capacidade de análise e interpretação para um conhecimento mais abrangente e contextualizado; Integração das disciplinas; Flexibilização curricular.	Contribuir para a criação de um diferencial competitivo no setor da moda regional, incentivando sua melhoria e contribuindo para o desenvolvimento integrado, geração de riqueza, melhoria de qualidade de vida, considerando novas tecnologias e respeitando o meio ambiente; Instrumentalizar o educando para que possa ser produtor de qualidade de vida, estimulador de novos comportamentos e aglutinador social; Conscientizar quanto ao seu papel social; Estimular e desenvolver o potencial profissional através da compreensão e valorização do canal transformador que é o Design.

Quadro 4: Síntese dos objetivos dos cursos das IES B, C e D

Fonte: elaborado pela autora a partir dos PPPs das IES.

Da mesma forma, o perfil do egresso sugere a formação de um profissional crítico em relação ao seu papel social e capaz de analisar suas escolhas projetuais sob uma perspectiva sistêmica. Características, com certeza, de grande valia para uma atuação consciente e inovadora no que se refere à sustentabilidade.

IES – B	IES – C	IES – D
Compreensão crítica quanto ao seu papel de agente transformador da realidade e como criativo solucionador de seus problemas; Pensamento crítico ante o contexto atual das transformações sociais e culturais da sociedade.	Possuir uma visão sistêmica de projeto; Desenvolver visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais, revelando consciência das Implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade; Atuar em equipes interdisciplinares; Apresentar soluções inovadoras e criativas.	Desenvolver visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade; Visão aberta e crítica do mercado consumidor; Visão sistêmica de projeto; Gerar ideias e soluções inovadoras e sustentáveis de negócios.

Quadro 5: Síntese do perfil do egresso das IES B, C e D

Fonte: elaborado pela autora a partir dos PPPs das IES.

O PPP reflete a proposta educacional do curso e, embora o mercado seja o foco de todos os cursos de design de moda pesquisados, verificou-se que cada IES dispõe de uma ótica particular que tangencia princípios da sustentabilidade considerando o contexto brasileiro de moda, como autonomia cultural, empreendedorismo, interdisciplinaridade, autonomia criativa, pesquisa e desenvolvimento têxtil.

A aproximação entre os períodos de cada IES permite uma visão sintética dos conteúdos, como organizado no Quadro 6.

	IES – A	IES – B	IES – C	IES – D
1º período	História da arte Cultura, consumo e sociedade Pensamento lógico Tecnologia têxtil Desenho Identidade, criatividade e resolução de problemas	Estudo da forma Tópicos em sociedade e cultura contemporânea Teoria da cor Desenho livre Estética História da arte e da indumentária I	Forma, cor composição Desenho técnico Conceitos materiais e processos Panorama do vestuário Ergonomia	Desenho de observação Fundamentos do design Língua portuguesa Linguagem visual e percepção Teoria e prática da cor
2º período	Estudos da Imagem Sintaxe visual Métodos de análise, investigação e síntese Fotografia Comunicação, diversidade e pensamento crítico	Moda, semiótica e comunicação Desenho livre II Desenho e projeto – acessórios de moda História da arte da indumentária moderna Modelagem I Fibras, fios e têxteis Costura industrial básica	Pesquisa de moda I Desenho técnico II Desenho de figura humana Prática integradora Metodologia do design I Optativa Eletiva	Design, sociedade e cultura Metodologia de projeto de design Representação gráfica digital em moda Semiótica aplicada ao design Técnicas de costuras
3º período	História da moda Desenho técnico analógico e digital Modelagem Ilustração de moda Projeto interdisciplinar	Representação gráfica para croqui de moda Modelo vivo Núcleo de projeto e pesquisa Modelagem II Materiais têxteis, experimentação e aplicação Prática projetual / Acessórios de moda Costura industrial aplicada	Modelagem básica Desenho básico do vestuário Estamparia Eletiva Optativa	Cultura brasileira Design de padronagens e superfícies Ecodesign, sustentabilidade e inovação Ergonomia e modelagem do vestuário Estética e história da arte contemporânea História da cultura e da sociedade no mundo contemporâneo

	IES – A	IES – B	IES – C	IES – D
4º período	Marketing de moda Laboratório de criação e desenvolvimento de acessórios Computação gráfica aplicada à moda Design têxtil Projeto interdisciplinar	Metodologia de pesquisa / projeto em design Desenho técnico do vestuário feminino História da moda – séc. XIX à contemporaneidade Computação gráfica aplicada à moda Moulage Fundamentos da estamparia	Modelagem feminina Ilustração de moda Pesquisa de moda II Atividade prática integradora Eletiva Optativa	Comportamento do consumidor Ética e legislação em design História da moda II Inovação tecnológica Modelagem avançada Pesquisa e planejamento de coleção Processos produtivos e mercado da moda Propriedade intelectual, direito e ética Técnicas de representação do vestuário
5º período	Produção de moda Consultoria de estilo Pesquisa de tendências Desenvolvimento de coleção Moulage Projeto interdisciplinar	Técnicas de expressão Desenho técnico do vestuário masculino Núcleo de projeto II **Sustentabilidade e moda** Atelier e estamparia – serigrafia Planejamento e desenvolvimento de coleção	Modelagem masculina Técnicas de industrialização Eletiva Optativa	Criação e produção de moda Marketing e gestão de negócios em moda Modelagem digital Projeto de coleção em design de moda Tópicos em libras: surdez e inclusão

	IES – A	IES – B	IES – C	IES – D
6º período	Gestão de produtos e marcas de moda Moda contemporânea Empreendedorismo TCC projeto	Representação gráfica para croqui de moda Modelo vivo Núcleo de projeto e pesquisa Modelagem II Materiais têxteis, experimentação e aplicação Prática projetual / Acessórios de moda Costura industrial aplicada	Moulage Atelier de criação e projeto Atividade prática integradora Eletiva Optativa	Não possui
7º período	Técnicas de apresentação Produção de conteúdo para mídias digitais Modelagem avançada TCC orientação	Supervisão de estágio Comportamento do consumidor Marketing digital, e-commerce e redes sociais Núcleo de projeto VI Produção de moda Prática da cor	Acabamento de confecção Ateliêr de criação: desenvolvimento Eletiva Optativa	Não possui
8º período	Produção de moda Consultoria de estilo Pesquisa de tendências Desenvolvimento de coleção Moulage Projeto interdisciplinar	Moda e varejo TCC Gerenciamento de produção	TCC em design de moda Atividade prática integradora Eletiva Optativa	Não possui

Quadro 6: Aproximação das matrizes curriculares das IES A, B, C e D

Fonte: elaborado pela autora a partir dos PPPs das IES.

INSTITUIÇÃO A – Não foi possível acessar o PPP do curso de design de moda da Instituição A. Assim, o único documento analisado foi a matriz curricular disponível no site da IES. Não foram encontradas disciplinas cujos nomes se relacionam diretamente ao tema da sustentabilidade, no entanto, observa-se em algumas o potencial de trazer reflexões relativas ao tema.

No primeiro período, a disciplina "Cultura, consumo e sociedade" sugere o debate em torno de questões centrais no que tange à moda e à sustentabilidade. Compreender as relações de consumo que se estruturam pelo sistema da moda e situá-las no tempo e no espaço contemporâneos é fundamental para uma percepção crítica sobre a condição insustentável do cenário atual. Ofertar essa disciplina logo no início do curso proporciona ao estudante uma percepção da realidade com a qual irá lidar.

Também no primeiro período, o aluno passa pela disciplina "Identidade criativa e resolução de problemas". Entende-se que construir no estudante de moda a perspectiva de solucionador de problemas contribui para que amplie sua criação para além do produto físico e passe a considerar outras demandas mais alinhadas às necessidades de seu tempo e sociedade.

INSTITUIÇÃO B – PPP de 2020 – Três pontos se apresentam com maior destaque no Projeto Político-Pedagógico do curso de design de moda da Instituição B: o desenvolvimento do empreendedorismo; a interdisciplinaridade (principalmente entre as especialidades do design); e o foco na área têxtil.

A matriz curricular do curso ofertado na IES – B possui uma disciplina obrigatória intitulada "Sustentabilidade e Moda", ministrada no quinto período, com 60 horas distribuídas em três aulas semanais. A disciplina tem como objetivos: introduzir ao aluno noções de sustentabilidade, localizando a moda nesse contexto; reconhecer a contribuição da área para a atual situação de insustentabilidade; e refletir sobre como um projeto de design de moda pode atender a demanda do que é ser sustentável considerando os pilares político, econômico e ambiental. A autonomia do designer em relação às tendências e influências pré-determinadas é trabalhada utilizando técnicas que possibilitem sua criação autoral a partir do reaproveitamento de materiais, da reutilização de peças e da customização. Segundo o PPP da IES – B, a disciplina permite ao designer "convergir conhecimentos técnicos, teóricos e criativos aguçando a percepção e o fortalecimento do próprio processo criativo como fundamento para alcançar o domínio destas novas linguagens baseadas nos conceitos da sustentabilidade" (PPP da IES – B, 2020).[11]

Uma análise das ementas disciplinares revelou que, embora não esteja explícita no nome da disciplina, a sustentabilidade é trabalhada em diversos âmbitos do setor: a disciplina "Tópicos em sociedade e cultura contemporânea" traz a reflexão sobre o lugar do designer na contemporaneidade. A partir de conceitos básicos em sociologia e antropologia,

11 Os Projetos Político-Pedagógicos (PPP) das IES A, B, C e D são fontes documentais e de dados para o trabalho que originou este livro. Por questões éticas, concernentes à preservação das identidades das instituições e dos respectivos responsáveis pelos cursos e pela elaboração dos PPPs, os documentos não serão identificados, usando-se para identificação apenas a terminologia "PPP da IES".

aborda temas como: cultura; identidade; racismo e antirracismo; sociedade em rede; e consequências humanas da globalização. Na disciplina "História da arte e da indumentária moderna" são dedicados tópicos à história nacional: arte e a indumentária brasileira; viver no Brasil colonial; a arte brasileira do período rococó; e a indumentária do homem colonial brasileiro. Na disciplina "Fibras, fios e têxteis" são analisados os impactos ambientais relativos aos têxteis e seu processo produtivo e, por fim, na disciplina "Materiais têxteis, experimentação e aplicação" aproxima-se o aluno do ambiente de laboratório, onde pode experimentar com corantes naturais e tecnologias de beneficiamento têxtil.

INSTITUIÇÃO C – PPP de 2019 – Possui estreito diálogo com as artes visuais no que concerne à abordagem criativa, estando intimamente relacionada ao reconhecimento e desenvolvimento de uma linguagem autoral e crítica para formulação da identidade do designer e, em perspectiva mais ampla, para sua relação com a identidade brasileira. "Para atuar na área de design de Moda, pressupõe-se uma formação que permita ao profissional se posicionar e se conhecer como elemento de vital importância para a construção da identidade brasileira e para o eficaz atendimento à sua comunidade" (PPP da IES – C, 2019).

Voltar o olhar para o Brasil no sentido de se construir enquanto profissional autêntico e que toma sua própria história como referência constitui um exercício de grande relevância para que a moda nacional possa se libertar de tendências externas e se reconhecer culturalmente. Nesse sentido, percebe-se que algumas disciplinas, apesar de serem

ofertadas como optativas, contribuem substancialmente para a formação desse profissional. As concepções e manifestações artísticas na pré-história brasileira, na colonização portuguesa e no Brasil oitocentista são conteúdos trabalhados nas disciplinas "Artes visuais no Brasil I" e "Artes visuais no Brasil II". Saberes tradicionais ligados à cultura nacional – tapeçaria, cestaria e papel artesanal – são abordados nas disciplinas "Artes da fibra I" e "Artes da fibra II".

Oferecendo suporte à reflexão e percepção da moda enquanto fenômeno cultural, as disciplinas "Comunicação e cultura" e "Cultura e Moda", também optativas, trabalham a experiência cultural na era da informação e da imagem e a antropologia como instrumento de estudo da moda. Percebe-se, em ambas, a proposta de suscitar importantes reflexões sobre as transformações da moda em função das mídias digitais. Por fim, a optativa "Introdução à filosofia" promove o intercâmbio com conceitos de ética e estética, tão caros à realidade atual da moda.

Segundo a coordenadora do curso de design de moda dessa IES, o PPP está sendo reformulado após dez anos de vigência. Quando as exigências do Ministério da Educação (MEC) passaram a vigorar, o tema da sustentabilidade foi incluído no currículo através das "Atividades Práticas Integradoras" (API) – quatro disciplinas de 15 horas. A proposta das API é integrar e relacionar os conteúdos das demais disciplinas dos respectivos semestres em que são ofertadas com os temas da sustentabilidade, dos direitos humanos e das relações étnico-raciais.

A interdisciplinaridade ainda pode ser vivenciada através da "formação complementar aberta", que possibilita a aproximação entre a moda e os diversos cursos oferecidos no *campus*. Apesar de ser uma grande oportunidade, de acordo com a coordenadora do curso, poucos alunos se aventuram em áreas muito diferentes, como biologia, química, economia etc.: "Existe um 'preconceito' internalizado de que a moda é inferior às outras áreas, o que deixa os alunos tímidos e desestimulados a fazerem essa troca" (coordenadora do curso C, 2019).[12]

INSTITUIÇÃO D – PPP de 2016 – A proposta do curso de design de moda da Instituição D se apresenta diretamente relacionada à sustentabilidade. Desse modo, na matriz curricular, a moda é contemplada especificamente em relação ao tema da sustentabilidade e em diálogo com outros sistemas semióticos. Objetiva-se formar profissionais que exerçam sua atividade – criação, produção, gestão e pesquisa na área do design de moda – sem perder de vista questões voltadas para a arte, cultura e especificidade do ecodesign e ecomoda.

"A organização do currículo obedece aos princípios de flexibilização, interdisciplinaridade, ação-reflexão-ação e contextualização" (PPP da IES – D, 2016). Por "ação-reflexão-ação" entendem-se: atividades que buscam estimular os alunos a

12 Referências à "coordenadora do curso C" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 13 de junho de 2019, na cidade de Belo Horizonte. Por questões éticas, concernentes à preservação das identidades dos(as) coordenadores(as), docentes e discentes das IES e dos respectivos responsáveis pelos cursos, os entrevistados serão identificados apenas pela terminologia "coordenador(a)" ou "professor(a)", seguida do respectivo caractere de identificação (por exemplo, "coordenador do curso E", "professor A", "professor B", "estudante F", "estudante B" etc.).

refletirem, seja na ação, sobre a ação ou na reflexão sobre a ação. Nesse sentido, a reflexão sobre a prática ganha espaço, o que é fundamental para o desenvolvimento crítico da própria profissão.

A contextualização refere-se "à busca de adequação do currículo às características dos alunos e do ambiente socioeconômico e cultural, permitindo relacionar atividades curriculares com o cotidiano dos alunos e com o contexto social" (PPP da IES – D, 2016). Esse princípio faz todo sentido na perspectiva sistêmica e tem o potencial de gerar um aprendizado mais efetivo, por considerar e vincular a realidade do aluno ao seu estudo.

Além da substancial presença do tema da sustentabilidade no PPP da IES-D, diversas disciplinas contemplam o assunto em seus conteúdos. No segundo período, a aproximação entre o design de moda e a sustentabilidade é ministrada como conteúdo da disciplina "Fundamentos em design de Moda", que ainda propõe pensar os universos do design e da moda, suas diferenças e intersecções e, também, o futuro da profissão e suas responsabilidades. Na disciplina "Materiais Têxteis", também ofertada no segundo período, a sustentabilidade é contemplada em relação à produção têxtil e visa "estabelecer uma relação entre a produção de fibras naturais e químicas e suas consequências para o meio ambiente e estudar a nova corrente de Moda ecologicamente correta" (PPP da IES – D, 2016).

A disciplina "Oficina de Criatividade e Moda", ofertada no terceiro período, abrange as questões de identidade e moda

autoral com o objetivo de desenvolver soluções inovadoras para uma moda reflexiva, sustentável e criativa. Ainda no terceiro período, observa-se a disciplina "Pesquisa de Moda", um subitem da "Unidade III – Pesquisa de Materiais", e a disciplina "Identidade Visual", na qual a Moda é abordada "como instância que, participando da criação do eu subjetivo, subvertem e/ou influenciam as ordens hegemônicas" (PPP da IES – D, 2016). Particularmente no que compete à relação entre moda e sustentabilidade, a perspectiva de subversão de uma ordem dominante é histórica como se pode observar, por exemplo, no movimento *hippie* das décadas de 1960 e 1970. Atualmente, pensar a sustentabilidade na moda requer, inevitavelmente, superar o *status quo* de seu sistema, ou seja, subverter a sua ordem.

No quarto período, o contexto nacional de moda é foco da disciplina "Moda e Identidade Brasileira", cuja ementa ostenta um extenso e interessante planejamento, que contempla desde as influências étnicas na formação da moda brasileira até a sua internacionalização. Nesse caminho são referenciados artistas, estilistas, movimentos da música brasileira e aspectos industriais e de mercado que influenciaram a história da moda nacional.

O tema ainda aparece na disciplina do quinto período "Tópicos Especiais em Design de Moda", sob o enfoque de seus aspectos sociais e culturais. De acordo com a ementa, são discutidas questões relativas a novos materiais, com destaque para a região da Amazônia e para estilistas que trabalham de forma sustentável a sua riqueza natural. Por fim, também no quinto período, a sustentabilidade aparece

como uma disciplina específica, na qual são apresentados conceitos de desenvolvimento sustentável, educação ambiental e consumo consciente.

Além das disciplinas obrigatórias, destaca-se a eletiva "Cultura empreendedora", que objetiva desenvolver no aluno a capacidade de entender a realidade e de nela intervir a partir da compreensão das novas relações que se estabelecem na sociedade atual no que tange à economia e ao trabalho. A ementa refere-se aos vínculos existentes entre o empreendedorismo, a sustentabilidade e a inclusão social como meio de propiciar uma formação que privilegie o protagonismo nas áreas individual, institucional e social.

Infelizmente, a atual matriz curricular vinculada pelo *website* da IES – D diverge da matriz presente no PPP disponibilizados. Nesse sentido, apenas a disciplina "Ecodesign, sustentabilidade e inovação", ofertada no terceiro período, pôde ser identificada como específica do tema. Sua ementa, no entanto, não pôde ser verificada, o que impossibilita tecer maiores apontamentos.

Perspectivas

O contato com docentes e discentes foi um momento importante, pois revelou a realidade vivenciada por aqueles que de fato constroem os cursos e que apresentam mudanças a serem incorporadas pelas instituições.

A partir das informações coletadas nas entrevistas e questionários, percebeu-se que, embora haja exceções, em sua

grande maioria, a abordagem da sustentabilidade nos cursos de design de moda ocorre mais de forma teórica do que prática, sendo a aplicação dos conceitos da temática na moda um grande desafio para docentes e discentes.

Pensar a moda para sustentabilidade requer superar o *status quo* para então vislumbrar caminhos possíveis entre os dois universos. Essa percepção é compartilhada na fala da professora D:

> [...] *é uma contradição a gente falar de moda e sustentabilidade... porque o cerne da moda é trabalhar com o efêmero, né? Então é trabalhar com o descarte... os produtos perdem aí o seu valor, né? A partir do momento em que um novo surge, né? Então isso é super complicado e super desafiador para o campo. A moda tem muito isso, a glamourização do designer, a glamourização das marcas, a efemeridade das coleções... então, quando eu penso numa moda sustentável, eu penso que é tudo o contrário disso... que não é o designer mais que vai fazer parte da história, é uma equipe que vai desenvolver um produto. E esse produto, não vai ser um produto que é usado por uma temporada porque tem a ver com tendências de consumo e de comportamento, né? É um produto que de fato vai causar uma transformação ou vai beneficiar aquele que tá usufruindo daquele produto* [...] *E aí tem que quebrar várias coisas por aí, né? A própria noção de lucro, de sucesso de uma marca...* (professora D, 2020).[13]

O potencial dessa relação deriva da compreensão da moda enquanto propositora de valores e estilos de vida, e do reconhecimento de que, conforme Fletcher e Grose (2012), o que quer que seja alcançado na moda será inevitavelmente

13 Referências à "professora D" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 14 de janeiro de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

disseminado e compartilhado. Nesse sentido, como apontado por Lima (2018), há que se aproveitar a relevância material e imaterial da moda em relação aos indivíduos, as suas possibilidades enquanto veículo de expressão e a sua capacidade comunicativa. Essa compreensão se fez presente na fala da coordenadora do curso C, que referenciou os criadores no centro da reflexão:

> [...] *como um grande potencial, inclusive nesses dois aspectos, porque a moda, ela como produtora, como desenvolvedora de produtos e que lança muitos produtos materiais no mercado para que eles sejam consumidos [...] eu acho que ela deve ser uma propositora. A moda enquanto os criadores, né? Tem que ser propositores de formas mais acessíveis de bons produtos para a população porque a gente tem que tornar viável o consumo equilibrado* (coordenadora do curso C, 2019).

Transpor o âmbito do discurso, principalmente aquele que reduz o entendimento a uma questão puramente ética, é outro desafio verificado nas palavras de alguns professores. Atualmente, sabe-se cada vez mais sobre os impactos ambientais, sociais e econômicos da moda, porém, a prática – "o que" e "como fazer" – é, na maior parte das vezes, um obstáculo, pois o modelo convencional de criação e atuação na área não abarca os conceitos sustentáveis. Esse desafio é identificado tanto pelos professores como pelos alunos:

> *Eu vejo que a sustentabilidade e a moda, elas funcionam muito* [no] *discurso, mas que na prática elas ainda estão um pouco distantes* [...] *acho que eles esbarram em questões práticas que dificultam o processo... de conseguir*

> *material, ou de conseguir pensar um processo produtivo diferente* (professor J, 2020).[14]

Os estudantes percebem que é possível integrar a sustentabilidade em todas as áreas da moda, porém permanece a insegurança sobre como fazê-lo.

> [...] *sim. É possível integrar sustentabilidade em todas as áreas da moda. Na produção de moda é necessário dar visão e espaço para marcas que desenvolvem um trabalho com essa coerência* (estudante A, 2020).[15]

> *Sim. Mas não sei como. Gostaria de fontes confiáveis, um caminho para começar a trilhar* (estudante C, 2020).[16]

A percepção das dificuldades dos alunos em propor novas abordagens na moda que incluíssem uma perspectiva sustentável levou a professora E a idealizar e concretizar um projeto de catalogação de "tecidos sustentáveis". Percebe-se que essa iniciativa foi muito além da questão de acessibilidade material, ao proporcionar a experiência da criação compartilhada, como relatou a professora:

> *Eu acho que o que tem que ser feito é mostrar possibilidades. Então eu trago essas possibilidades para os alunos.* [...] *Eu sentia a angústia dos alunos em não saber quais materiais utilizar* [...] *Convidei alunos. A gente teve um grupo de oito pessoas que participaram junto com*

14 Referências ao "professor J" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 20 de janeiro de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

15 Referências ao "estudante A" tratam do questionário de pesquisa concedida em 15 de setembro de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

16 Referências a "estudante C" tratam do questionário de pesquisa concedida em 15 de setembro de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

> *a gente. Eles participaram na parte de catalogação de materiais... aí nós fizemos um microcoleção também... coletiva. Todo mundo desenhava, todo mundo criava, todo mundo costurava. E aí a gente fez uma exposição no MUMO* (professora E, 2020).[17]

Em sala de aula, a abordagem e integração do tema variam conforme a disciplina que lecionam; professores da área têxtil – tecnologia têxtil, modelagem e estamparia – tendem a enfatizar questões ambientais relacionadas às sobras de tecido da modelagem, à reciclagem desses tecidos e ao impacto do tingimento. Nesse contexto, a perspectiva do ciclo de vida surge como uma abordagem inovadora, como percebido pela professora D (2020): "*quando eles percebem essa discussão do ciclo de vida parece que o mundo deles abre*".

Professores de marketing e gestão focam nas relações de produção, distribuição e consumo. Enfatizam as realidades contrastantes do marketing – que visa à maximização da venda – e do consumismo exacerbado e insustentável da nossa sociedade atual. A professora F problematiza o marketing de moda ante um contexto saturado de marcas e produtos desconexos da realidade sustentável almejada:

> *Como vou falar de marketing pros alunos, de consumo – comportamento do consumidor também é um assunto – num mundo caótico que não precisa de mais roupa e que tá numa lógica completamente às avessas do que o mundo precisa no futuro?* (professora F, 2020).[18]

17 Referências à "Professora E" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 8 de julho de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

18 Referências à "Professora F" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 20 de janeiro de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

O conhecimento de práticas de gestão e marketing voltadas para a sustentabilidade é estimulado pela professora F através de exemplos de marcas reais sobre as quais os alunos são convidados a se debruçar e identificar novos modelos de negócio:

> [...] *eu uso "n" exemplos de várias outras marcas... aí eu uso lá o exemplo da Patagônia, que fez uma campanha super famosa... "não compre essa jaqueta"... aí vou dar, sei lá, os "quatro p's do marketing", aí eu pego como estudo de caso a Flávia Aranha... E aí eles vão entrando no universo da marca. Então é uma outra forma de você trabalhar também outros propósitos, outras formas de pensar* (professora F, 2020).

Na área da linguagem visual, a coordenadora do curso C aborda a relação "moda e sustentabilidade" em função da perspectiva de identidade e afirmação cultural ante um contexto político de reconhecimento dos valores e tradições periféricos:

> [...] *o tema da sustentabilidade e eu diria uma questão de identidade também... mais que brasileira, uma identidade latina. Por uma questão política, por uma questão de resistência do periférico... do fortalecimento cultural a partir da moda também* (coordenadora do curso C, 2020).

Percebeu-se que a abordagem do tema não está necessariamente restrita a determinadas disciplinas, aparentemente mais óbvias, como as que trabalham diretamente o material têxtil. Uma vez engajado, o professor busca relacionar a sustentabilidade com todos os assuntos que ministra, e essa atitude contribui para que os debates e possibilidades

em torno do tema se ampliem, conforme demonstra a fala da professora D:

> *Eu sempre trago em todas... na moulage eu trouxe a questão do* zero waste *[desperdício zero], blocos modulares... No visagismo, por exemplo* [...] *trago as questões de conceitos de beleza, de padrões que têm que quebrar. Na linguagem e percepção visual, da mesma forma, como a gente articula os elementos para criar projetos interessantes, mas que tenham um apelo sustentável. Criação e produção de moda... dessa criação de uma imagem que seja inclusiva, diversa, preocupada com as questões ambientais* (professora D, 2020).

Apesar do empenho dos professores em trazer o tema para dentro da sala de aula, a integração da sustentabilidade nos cursos de moda se faz de forma anexa, como um conteúdo extra. Esse fato foi apontado na revisão de literatura internacional como um problema não só por se tratar de uma integração fragmentada, mas também por reduzir a motivação dos alunos em relação ao conteúdo que se apresenta como excedente à carga horária obrigatória: "quando as determinações do MEC passaram a valer, o que a gente pôde fazer no momento foi acrescentar esses conteúdos à nossa carga horária" (coordenadora do curso C, 2019).

A estratégia utilizada para incorporar o tema no curso, apesar de na prática não ter funcionado tão bem, como explica a coordenadora do curso C, constitui uma proposta interessante, pois tem o potencial de integrar a sustentabilidade a todas as disciplinas.

> *O que acontece hoje é que a professora das API* [atividades práticas integradoras – 4 disciplinas de 15 horas], *ela busca integrar temas relativos às disciplinas daquele semestre e relacionar com temas da sustentabilidade, dos direitos humanos e das relações étnicos raciais* (coordenadora do curso C, 2019).

Os desafios encontrados e percebidos pelos professores nesse contexto são muitos e, de modo geral, percebe-se que se dividem em dois pontos: a dificuldade em incorporar um conteúdo "extra" às suas disciplinas, seja pela reduzida carga horária de que já dispõem ou pela falta de conhecimento em relação ao tema; e a necessidade de uma visão comum sobre o conceito de sustentabilidade e sua relação com a moda, principalmente no que tange à sua prática. As falas a seguir explicitam essa constatação:

> *Falta consenso em relação aos conceitos relativos ao tema... em quais autores a gente vai se basear? Não existe isso* (professora D, 2020).

> *Fora essa estrutura da universidade, a gente tem o peso do professor, no sentido, assim, estudar e se renovar a todo momento é muito custoso... eu entendo a dificuldade em colocar esse conteúdo em outras disciplinas... eu acho que na minha é muito fácil* (professora F, 2020).

> *Corpo docente super reduzido e sobrecarga de professores...* (professora G, 2020).[19]

> *Dada a carga horária da disciplina, é uma discussão que não pode ser aprofundada* (professora H, 2019).[20]

19 Referências à "professora G" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 27 de maio de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

20 Referências à "professora H" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 29 de maio de 2019, na cidade de Belo Horizonte.

> *A gente estuda alguns textos, mas a gente ainda tem muita dificuldade de saber como aplicar isso...* (professora I, 2020).[21]

A professora F destaca sua preocupação em relação ao mercado que seus alunos irão encontrar. Observa-se que o mercado vem mudando; incorporando algumas práticas, como o uso de tecidos "avaliados" como sustentáveis, buscando novas formas de produzir com impacto positivo. Trabalhar a sustentabilidade não é mais uma questão de escolha; diante de consumidores conectados e bem-informados, as empresas que não se reposicionarem e não adotarem a transparência em relação a suas práticas estão fadadas a morrer (Carvalhal, 2016). Esse movimento é claro em grandes marcas como a Nike e até em grandes varejistas *fast fashion* como a C&A e Renner. Nacionalmente, marcas reconhecidas como a Osklen, Flávia Aranha, Natura, para citar algumas, desenvolvem produtos e projetos com foco sustentável. No entanto, ainda se trata de um mercado de nicho com produtos geralmente mais caros e pouco acessíveis à maioria do público que hoje consome *fast fashion*: "*O grande desafio que eu acho hoje é que elas continuam encontrando no mercado a mesma realidade que eu me decepcionei há quinze anos atrás*" (professora F, 2020).

O interesse do aluno é um fator primordial para que as ideias de sustentabilidade tenham espaço e sejam desenvolvidas. Esse, com certeza, é um grande desafio, uma vez que é necessário transpor preconceitos em relação à imagem limitante

21 Referências à "professora I" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 4 de junho de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

que se tem sobre algo sustentável e, ao mesmo tempo, trabalhar a motivação e comprometimento dos estudantes sem reduzir a discussão a uma questão simplesmente moral ou ética. A percepção dos professores é que esse movimento por parte dos alunos ainda é tímido e com baixa adesão:

> *Poucos alunos se envolvem realmente a ponto de fazer e levar para a prática. Vejo que são poucos diante da quantidade de alunos que a gente tem* (professora A, 2020).[22]
>
> [...] *dentro da faculdade vai depender do interesse pessoal do aluno...* (professor J, 2020).

Por outro lado, a professora B[23] percebe o conhecimento e questionamento por parte dos alunos e destaca que também é importante deixar que eles tomem a iniciativa de introduzir a perspectiva sustentável no conteúdo ministrado. É um modo de transferir a eles a responsabilidade sobre o assunto, resultando em uma participação mais ativa no aprendizado:

> *Muitas vezes eu espero que eles digam algo para que eu aborde o assunto... e acho que não teve nenhuma turma ainda que não se atentou para isso. Então eu acho que esse caminho deles falarem algo... isso é muito legal* (professora B, 2019).

A reflexão crítica em torno da prática do design traz a consciência de sua responsabilidade diante do sistema de moda e suas consequências. Para além do designer, é importante

22 Referências à "professora A" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 10 de junho de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

23 Referências à "professora B" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 14 de outubro de 2019, na cidade de Belo Horizonte

reconhecer outros atores fundamentais nesse cenário: o consumidor, os empresários e as universidades. Quando questionados sobre em qual desses recai a maior responsabilidade para a mudança por uma moda mais sustentável, apenas 9% dos estudantes que responderam ao questionário da pesquisa (6 em 70) apontaram o designer. Os maiores responsáveis, segundo os resultados da pesquisa, seriam os empresários (29 em 70) e consumidores (19 em 70).

A percepção dos alunos em relação às possibilidades de atuação da área escolhida se reflete na maior diversidade de projetos apresentados durante e ao fim do curso. Essa é uma mudança relatada com unanimidade pelos professores:

> *Felizmente eles entenderam que moda é muito mais ampla. Eles estão muito interessados em consultoria de estilo, em imagem, fazer* styling *para grandes marcas. A gente teve projetos incríveis aí, de vídeo, de* fashion *filmes, revista, consultoria de moda. Consultoria de moda muito específica para pacientes oncológicos, para pessoas que passaram por cirurgia bariátrica...* (coordenadora do curso C, 2019).

> *A moda é um campo muito amplo de atuação.* [...] *eu sempre começo perguntando 'por que você escolheu a moda?' e a maioria já tem uma história dentro de casa com costura* (professora G, 2020).

Dentre os 86 estudantes que responderam ao questionário aplicado no âmbito da pesquisa que originou este livro, 42 se encontravam no final do curso – sétimo ou oitavo período. Desse total, 18 identificaram o tema da sustentabilidade em seus trabalhos de conclusão de curso (TCCs).

IES – A	IES – B	IES – C	IES – D
3 em 6	2 em 4	12 em 30	1 em 2

Quadro 7: Número de estudantes que trabalharam a sustentabilidade em seus TCCs no ano de 2019
Fonte: elaborado pela autora.

Entre os trabalhos de conclusão de curso que consideravam a abordagem do tema, verificou-se que a maior parte está ligada à dimensão ambiental, ou seja, são propostas que focam nas questões materiais – resíduos da indústria têxtil, tinturaria etc. Essa constatação foi feita a partir dos títulos dos TCCs apresentados, como listado abaixo:

- "*Upcycling*";
- "Tingimento têxtil natural com recursos minerais";
- "Sustentabilidade";
- "*Upcycling*/tingimento natural";
- "Técnica *upcycling* e *zero waste* em lingeries";
- "Resíduos plásticos como base de acessórios";
- "*Upcycling*/tingimento natural";
- "Estamparia e Tingimento natural".

Alguns sugerem pensar a sustentabilidade em outros "lugares", mais incomuns, porém de grande potencial:

- “Memória”;
- “Desenvolvimento de coleção”;
- “Como a Moda pode utilizar de seus artifícios para promover mudanças sociais”;
- “Divino maravilhoso, uma interpretação sob minha ótica da vida e obra de Remedios Varo”;
- “Dadaísmo”;
- “Um maluco no pedaço”.

Observou-se que havia TCCs cujos títulos apontam uma abordagem que se enquadra no tema e, no entanto, não foram considerados por seus autores. Tal fato sugere que o conceito sobre desenvolvimento sustentável predominantemente ligado às questões ambientais, como pôde ser verificado anteriormente, acaba ofuscando a pluralidade de abordagens que a moda para sustentabilidade pode expressar. A seguir estão listados os títulos de trabalhos considerados como de potenciais abordagens inseridas no tema da sustentabilidade:

- “Roupas de santo (terreiro de umbanda)”;
- “Capulanas de Moçambique”;
- “Análise de consumo de vestuário da população madura.”
- “Lugares de memória de Belo Horizonte”;

- "A dimensão política no figurino de Elke Maravilha durante a ditadura militar no Brasil".

Alguns pontos em particular chamaram a atenção. Pontos que não estavam necessariamente no roteiro das entrevistas, mas que surgiram ou puderam ser percebidos durante as conversas. O entendimento quanto à importância do professor na formação de profissionais com um novo pensamento e consciência quanto ao seu papel transformador:

> [...] *eu acho que esse é meu papel dentro de sala de aula... trazer uma nova consciência. E é uma outra percepção... então eu sempre falo com eles em relação ao consumo... eles enquanto consumidores e eles enquanto designers* [...] *Eu falo muito isso pra eles... que como designers eles têm que ter um compromisso com a transformação do cenário que a gente se encontra* (professora G, 2020).

Às vezes, distante de definições e teorias, os docentes nem percebem que atuam de forma sustentável em seu trabalho. Esse foi o caso da costureira e professora X,[24] responsável pela disciplina de modelagem em sua IES. Inicialmente, a docente achou difícil encontrar palavras para conceituar sustentabilidade e falar do assunto na moda, mas ao descrever seu trabalho como costureira foi revelando o quão íntimos e internalizados eram esses conceitos. Apresentou uma peça (belíssima) feita a partir de *patchwork* de retalhos de rendas, demonstrou a relação de afeto com roupas que contavam sua história, das quais não se desfazia, e o quanto é valoroso recuperá-las para preservá-las ao longo de gerações. Quando

24 Referências à "professora X" tratam de entrevista de pesquisa concedida em 19 de junho de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

questionada se levava essa abordagem para a sala de aula, demonstrou ainda não ter pensado nessa possibilidade e lamentou a reduzida carga horária destinada à sua disciplina de modelagem.

Outros docentes foram sensibilizados quando questionados se abordam o assunto dentro de sala de aula e em relação às suas escolhas para estimular nos alunos um maior envolvimento com o tema:

> [...] *eu acho que eu deveria incentivar mais... é até uma questão que me fez pensar* (professor J, 2020).
>
> *Eu me sinto sempre aquém* (professora A, 2020).

Entre os entrevistados, encontrava-se a professora Tereza Cristina – que permitiu a divulgação da sua identidade –, responsável pela disciplina "Sustentabilidade e Moda". A disciplina é ofertada no quarto período e é dedicada especificamente ao tema, do ponto de vista de que é a moda que deve ser colocada dentro da sustentabilidade e não o contrário. Por isso a palavra sustentabilidade vem primeiro, como enfatiza a professora. Essa foi a única professora de uma disciplina específica sobre o tema da pesquisa que conseguiu-se entrevistar. Assim, a ela foi concedido maior espaço para que pudesse descrever a didática e funcionamento das aulas.

Tereza Cristina participou ativamente da cena de moda em Belo Horizonte nas décadas de 1980 e 1990, momento do Grupo Mineiro de Moda (GMM) e da abertura do curso de

Estilismo e Modelagem do Vestuário da UFMG. Formou-se em Comunicação Visual pela antiga Fuma (1980) – atual UEMG –, e atuou no mercado da moda com seus desenhos para estamparia. Suas criações atenderam marcas importantes da época (e de hoje), como Triton, Hering, ArtMan, Patachou, Bárbara Bela, entre outras.

Lecionou estamparia no curso de Estilismo e Modelagem do Vestuário da UFMG na década de 1980 e relata o perfil dos alunos que já trabalhavam na área, mas que precisavam se qualificar, como visto anteriormente nesta obra.

> *[...] era muita gente que já tinha uma marca. Eu fui professora de uma menina que já era modelista, mas queria entender assim a moda como um todo...* (Tereza Cristina, 2020).[25]

Desde 2003, é responsável pelas aulas de estamparia no curso de Design de Moda da FUMEC e pela disciplina de reciclagem, *moulage* e customização que, a partir de 2017, recebeu o nome de "Sustentabilidade e Moda". As aulas se dividem em abordagem teórica para sensibilização quanto à realidade da indústria da moda atual e uma parte prática, como descreve a professora:

> *Eu sempre dou um pouquinho a parte teórica. Então eu mostro estatísticas, mostro estudos de caso... é... várias confecções que já estão com esse pensamento sustentável, mostro quem realmente trabalha a sustentabilidade... os três pilares, né?* [...] *Passo filmes, documentários...* [...] *Minha referência foi a Li Edelkoort que veio ao Brasil, da* Bloom Brasil... *Ela critica muito, são dez parâmetros...o*

25 Referências à Tereza Cristina tratam de entrevista de pesquisa concedida em 10 de março de 2020, na cidade de Belo Horizonte.

> *que ela faz são críticas... primeiro ela começa lá no consumo, o consumo tem que ser realmente mais consciente...* (Tereza Cristina, 2020).

A professora contextualiza o consumo após a revolução industrial – o jeito americano de ser e a invenção do sistema de crediário. Essa abordagem histórica é fundamental para a compreensão dos hábitos de consumo da sociedade atual e para a reflexão sobre produtos feitos dentro da obsolescência programada – regra máxima da moda atual – e produtos feitos para durar:

> [...] *eles criam o crédito... você compra mas você paga depois... então isso eu mostrei isso pra elas. As estatísticas do americano, do jeito americano de ser, como nós somos americanizados... a Europa também tem essa linha de consumo, mas bem diferente. Trouxe até estudo de caso meu, mostro uma americana e uma portuguesa, porque eu morei em Portugal, eu morei em Lisboa, então eu mostro uma amiga minha fazendo um comentário assim: a gente sai, tava chovendo, e ela: "Ah, minha meia está toda ensopada, meu pé está todo ensopado... tem um furo na minha bota!" Aí ela vira pra mim e fala: "Nossa... mas eu comprei essa bota tem doze anos... e ela já está com um furo!"* (Tereza Cristina, 2020).

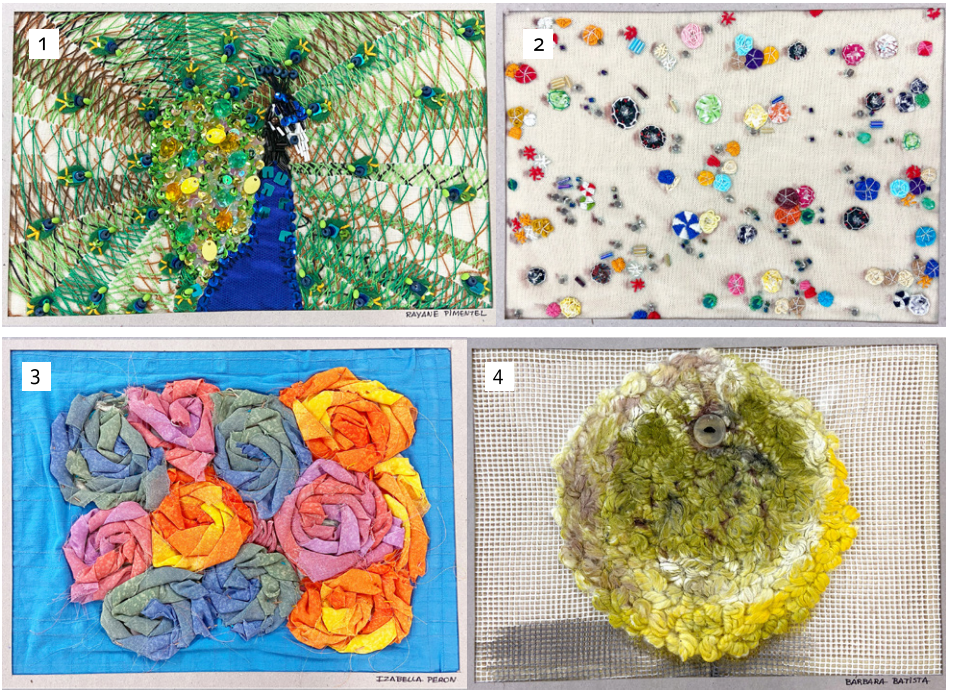
A reflexão em torno da responsabilidade do designer de moda, que deve ir além da renovação de silhuetas, é um ponto-chave para que os estudantes busquem inovar em processos e serviços, desfocando do tradicional consenso de que fazer moda é fazer roupa. Entende-se que somente quando os designers compreendem seu papel de agentes transformadores e modeladores de comportamentos, principalmente no que se refere ao consumo, é que lhes é possível propor alguma mudança.

> *Eu acho que uma vez fazendo o curso de design, elas têm obrigação de criar...criar assim, não só desenhar* (Tereza Cristina, 2020).

Em sua disciplina, a professora busca trazer a experiência do fazer manual, da experimentação de novos materiais e diversas técnicas de costura, bordado e estamparia. O conhecimento de técnicas diversas amplia o universo da criação ao mesmo tempo em que contribui para despertar a empatia em relação aos tantos profissionais envolvidos na cadeia produtiva da moda.

> *A gente começa com os pontos dos bordados... são cinco aulas de bordado básico... umas com muita dificuldade... As turmas são muito heterogêneas, né? Outras com mais facilidade... mas a maioria aqui nunca bordou absolutamente nada.*
>
> [...] *eu sempre falo com elas... vocês não vão sair daqui exímias costureiras, ou bordadeiras, mas vocês têm que saber...* (Tereza Cristina, 2020).

Os estudantes são convidados a criar a partir de resíduos de outras indústrias e, para além do desafio criativo que, segundo a professora, tem gerado excelentes resultados, percebe-se que existe uma rede de relacionamentos em torno da aquisição desses recursos em que todos são beneficiados.



Bordados manuais livres a partir da observação de uma imagem. Atividade desenvolvida na disciplina "Sustentabilidade e Moda" da professora Tereza Cristina. (1) Rayane Pimentel; (2) Ana Clara Moreira; (3) Izabella Peron; (4) Bárbara Batista. Acervo da autora.

> *Aqui eu tenho a vantagem de trabalhar [...] com o Pierre, a sala ao lado é a sala de acessórios... ele dá bolsa, calçados e ele dá assessoria em Nova Serrana, que é o polo calçadista aqui em Minas Gerais... então o que ele me traz de resíduo... de couro sintético, de sola de sapato, então ele traz tudo pra mim... Então elas têm isso tudo.... esse universo da indústria do calçado que elas podem aplicar... então dá coisas fantásticas* (Tereza Cristina, 2020).

A relação com o entorno também ocorre através da valorização de saberes tradicionais desenvolvidos pela mão de obra local (no entorno da IES):

> [...] *eu tenho usado muito pro bordado, pro TCC, um pessoal que tem aqui no Cafezal, elas chamam "Meninas do Cafezal", são bordadeiras, bordadeiras a mão...* (Tereza Cristina, 2020).

A conclusão da disciplina é a confecção de uma peça que deve utilizar os trabalhos manuais aprendidos e tem como desafio a criação a partir dos resíduos disponibilizados. Os estudantes são estimulados a pensar a produção desde o próprio tecido com o qual trabalharão suas peças. Segundo a professora, não é uma questão de simplesmente fazer uma roupa escolhendo materiais, mas um exercício de imaginar novas conformações que resultem em uma estética atraente a partir daquilo que consideramos como lixo. Esse é um ponto fundamental para a moda, principalmente no que concerne à sustentabilidade e à estética. Não é viável, tanto do ponto de vista econômico quanto sustentável, criar produtos que não sejam socialmente apreciados, aceitos e incorporados ao cotidiano dos indivíduos.

Tereza Cristina observa o resultado das discussões em sala de aula através dos trabalhos de conclusão de curso que abordam o tema e propõem novas formas de fazer e ver a moda. Ainda não são muitos, diante da quantidade de alunos que se formam, porém, para a professora, já apontam um caminho de renovação da moda:

> *O resultado eu tenho visto no TCC [...] há uns três anos atrás eu nunca tinha visto TCCs com reaproveitamento. Ano passado tiveram duas alunas; compraram em brechós chegaram aqui desmancharam toda a peça e... construíram coisas novas e desfilaram isso* (Tereza Cristina, 2020).

A professora descreve o trabalho de outra aluna que utilizou sobras de confecção em seu TCC:

> [...] *ela queria fazer* beachwear *e veio com um trabalho da Tailândia, ela trouxe muita coisa em macramê... eles usam muito macramê. Então... eu consegui... porque a Cila biquínis, a Tetê, filha da Cila, formou aqui com a gente. E a Tetê quando formou abriu a Jump, dentro da Cila essa linha mais* sport wear*... então eu liguei pra Tetê... e ela me deu sacos de resto, as tirinhas que enrolam... ela fez o macramê todo com o resto que a Tetê deu... ela não gastou um centavo e ficou muito legal!* (Tereza Cristina, 2020).

Capítulo 5

Desafios

Experimentações com sombrite, crinol e bordado com ourela de tecido de malha e linha de pesponto, desenvolvidas por Conceição Aparecida Teixeira para a disciplina de "Núcleo de experimentação III". Acervo da autora.

Diante da realidade do atual sistema de moda, percebe-se a urgência em rever a formação daqueles que virão a delinear o futuro da área e, portanto, constituem um grande potencial de transformação.

O contato com diversas pesquisas de diferentes países, que buscavam levantar os desafios do ensino da moda no que tange à sua integração com a sustentabilidade, trouxe o questionamento sobre como acontece esse movimento no Brasil. Nesse sentido, foram encontrados poucos, mas valiosos estudos dedicados a pensar o ensino de moda no cenário nacional. Em menor número, foram encontrados estudos que concernem à integração do ensino de moda no Brasil com a sustentabilidade. A visão geral daí obtida permitiu localizar o Brasil não tão distante da realidade apontada pelos estudos internacionais.

Os principais desafios se encontram na aplicação prática dos conceitos de sustentabilidade, na inconsistência e variedade das concepções relativas ao tema, na predominância do caráter profissionalizante do ensino tradicionalmente voltado para abastecer o mercado e na dificuldade, por parte dos educadores, em adaptar o conteúdo das disciplinas ao tema.

Especificamente no contexto nacional, as pesquisas apontam a necessidade de ultrapassar o foco em materiais e produtos e superar o paradigma educacional da área que, via de regra, é orientado ao consumismo e é desconexo dos problemas reais de sua sociedade.

Assumindo Belo Horizonte como ponto central de investigação, esta obra voltou-se para os cursos de graduação em design de moda que ainda não haviam sido contemplados por tais pesquisas – os bacharelados das faculdades FUMEC, UFMG e UNA e o tecnólogo (graduação) da Faculdade Estácio.

Por meio da investigação empírica centrada nos olhares daqueles que compõem o cotidiano dos cursos – instituição, docentes e discentes – buscou-se compreender como a sustentabilidade, especificamente em sua relação com a moda, é percebida e expressa por cada um.

A partir das informações coletadas através das entrevistas e do questionário foi possível perceber que, embora haja exceções, em sua grande maioria, a abordagem do tema nos cursos de design de moda ocorre mais de forma teórica do que prática, sendo a aplicação dos conceitos da sustentabilidade na moda um grande desafio para docentes e discentes.

A concepção da sustentabilidade apresentada pelos professores contempla os aspectos ambientais, sociais, econômicos e culturais e a ideia de garantia de futuro para as próximas gerações. Os estudantes também compartilham desses conceitos, porém prevalece a noção da sustentabilidade em relação ao seu aspecto ambiental – uma busca por formas de produção menos danosas ao meio ambiente. Em relação à moda, a preocupação com os materiais utilizados também supera as demais questões. Não foi observada de forma consistente a percepção de que o problema da sustentabilidade na moda é, na verdade, sistêmico.

Essa constatação corresponde à tendência geral da maior parte das inovações sustentáveis na área e parece reafirmar o desafio em trazer para a prática do design de moda toda a abrangência que o conceito de sustentabilidade abarca.

Embora a sustentabilidade não constitua o pensamento estruturante dos cursos a ponto de remodelar metodologias, percebeu-se o esforço dos professores que, independentemente de formalizações acadêmicas, trazem para a sala de aula informações e questionamentos que tangenciam o tema em suas disciplinas. O conteúdo se apresenta, portanto, de modo transversal a diversas disciplinas, porém ocorre de forma fragmentada e em função do entendimento que cada um possui acerca do assunto. Esse movimento não ocorre de maneira uniforme, visto que alguns professores são mais engajados que outros.

O resultado do empenho dessas iniciativas particulares e pontuais pôde ser constatado através das respostas dos estudantes, que reconhecem o assunto em diversas aulas, que manifestam seu interesse pelo tema e que o levam para seus projetos de conclusão de curso.

O foco no mercado, tão tradicional dos cursos de moda, divide espaço com a proposta de uma formação reflexiva em relação à sua prática, o que, aliado à cultura empreendedora, também identificada nos cursos, compõe um interessante substrato para a renovação da profissão. É necessário, no entanto, que os futuros designers se reconheçam dentro do cenário insustentável do sistema atual. É fundamental que assumam seu papel central, não só na escolha de materiais

ou desenvolvimento de produtos ecologicamente e eticamente corretos, mas principalmente como propositores de novos comportamentos e estilos de vida, como propositores da própria moda, que há alguns anos vem apresentando sinais de um modelo de sistema de produção e criação em decadência e desconexo de sua sociedade.

Caminhos possíveis

Assume-se que não há um modelo a ser seguido, uma vez que a sustentabilidade é um conceito relativo ao seu tempo e espaço e precisa ser pensada de maneira plural e singular ao mesmo tempo, como bem nos esclarece Lima (2019). Dessa forma, não é pretensão deste livro determinar nenhum caminho, mas sugerir pontos que merecem atenção dentro do tema e recorte estudados.

A partir da análise documental, propõe-se, no Quadro 8, alguns conteúdos que, acredita-se, podem contribuir para o sucesso de determinados objetivos do curso e perfil do egresso.

Objetivos do curso e perfil do egresso	Proposição
Possuir uma visão sistêmica de projeto	Design sistêmico; perspectiva do ciclo de vida.
Apresentar soluções inovadoras e criativas	Trabalhar conceitos de inovação; apresentar a sustentabilidade como plataforma para inovação.

Objetivos do curso e perfil do egresso	Proposição
Compreensão crítica quanto ao seu papel de agente transformador da realidade e como criativo solucionador de seus problemas	Identificar os problemas atuais relacionados à moda para propor soluções. Boas fontes de dados que são anualmente atualizados podem ser encontradas na Agenda CEO – *Eight sustainability priorities for the fashion industry, no relatório Pulse of the Fashion Industry* e na Abit (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confeccção); Relacionar a moda com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, buscando compreender como a moda pode contribuir para o alcance de suas metas.
Atender às necessidades locais, regionais e nacionais; contribuir para a criação de um diferencial competitivo no setor da moda regional, incentivando sua melhoria e contribuindo para o desenvolvimento integrado, geração de riqueza e melhoria de qualidade de vida, considerando novas tecnologias e respeitando o meio ambiente	Para atender as necessidades é necessário antes reconhecê-las. Nesse sentido, o mapeamento do território é fundamental e pode ser feito através do design de território e da metodologia do design sistêmico; É pertinente que a história da moda brasileira, o reconhecimento das artesanias e especificidades culturais de cada região bem como a história da moda local (estado e cidade) façam parte do conteúdo das disciplinas dedicadas à cultura e história da moda.
Conscientizar quanto ao seu papel social e desenvolvimento do espírito crítico e da ética profissional	Sensibilizar quanto à responsabilidade do profissional de design de moda ante o contexto insustentável do sistema e refletir sobre seu potencial enquanto propositor de um novo cenário em que a moda possa ser instrumento na promoção de qualidade de vida.
Instrumentalizar o educando para que possa ser produtor de qualidade de vida, estimulador de novos comportamentos e aglutinador social	Refletir sobre a transformação da prática do designer de moda proposta por Fletcher e Grose (2012): o designer como educador-comunicador; o designer como facilitador; o designer como ativista; e o designer como empreendedor.

Quadro 8: Proposições de conteúdos para o sucesso de objetivos do curso e perfil do egresso

Fonte: elaborado pela autora.

Outras sugestões se fazem pertinentes:

- É necessário ampliar o conceito de sustentabilidade para uma concepção sistêmica; a abordagem sistêmica foi identificada no Programa Nacional de Educação Ambiental (ProNEA), na revisão de literatura nacional e internacional, nas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs), bem como nos Projetos Político-Pedagógicos (PPPs) analisados. No entanto, o resultado do questionário sugere que essa perspectiva ainda não faz parte do repertório dos alunos;

- Reforçar os pilares social e econômico do tripé da sustentabilidade;

- Destacar o papel central do design ante um contexto de insustentabilidade e de transformação;

- Apresentar a sustentabilidade como o diferencial que representa para o profissional atualizado;

- Estimular projetos de extensão;

- Incluir as perspectivas e realidades dos estudantes nas atividades propostas.

Constata-se, por fim, que o ensino de design de moda em Belo Horizonte não está à parte das questões sustentáveis de seu contexto. O momento atual é de transição entre o *status quo* da moda e os novos pensamentos que reformulam e ampliam os horizontes da área para além da criação de coleções em um ritmo sazonal de tendências.

Nesse sentido, percebe-se que, em sua maioria, trata-se de um movimento endógeno de iniciativa particular dos professores que, de forma mais dinâmica e orgânica, reestruturam o conteúdo ministrado nos cursos.

O cenário traçado por este livro não reflete a realidade particular de cada um dos cursos, mas constitui-se em um primeiro levantamento sobre o ensino de design de moda em Belo Horizonte. Seria interessante uma abordagem focada em um único curso para contemplá-lo com maior profundidade e proximidade, construindo sua rede sistêmica de relacionamentos. Outros temas referentes à moda local também se apresentam pertinentes, como a história do curso de extensão em Estilismo e Modelagem do Vestuário da Faculdade de Belas Artes da UFMG e a influência do Grupo Mineiro de Moda para a composição do ensino e da moda em Belo Horizonte.

Experimentações de design de superfícies a partir de pregos enferrujados, desenvolvidas pela professora Tereza Cristina. Acervo da autora.

REFERÊNCIAS

ABIT. **Perfil do setor**. [*S. l.*], [s. d.]. Disponível em: https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor. Acesso em: 18 fev. 2019.

AGUIAR, G. C. O. de. Cursos Superiores de Moda no Brasil: regulamentações, evoluções e perspectivas. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 11., 2015, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Colóquios de Moda, 2015. p. 1-15. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/ARTIGOS-DE-GT/GT01-EDUCACAO-TEORIA-E-PRATICA-EM-MODA/GT-1-CURSOS-SUPERIORES-DE-MODA-NO-BRASIL.pdf. Acesso em: 19 abr. 2019.

AMORIM, W. G. **Moda Ornamento**: singularidades do design mineiro. 2016. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

ARMSTRONG, C.; LEHEW, M. Sustainable Apparel Product Development: In Search of a New Dominant Social Paradigm for the Field Using Sustainable Approaches. **Fashion Practice** – The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry, [*s. l.*],, v. 3, n. 1, p. 29-62, 2011. Disponível em: https://doi.org/10.2752/175693811X12925927157018. Acesso em: 26 abr. 2019

ARMSTRONG, C.; LEHEW, M. Barriers and Mechanisms for the Integration of Sustainability in Textile and Apparel Education: Stories from the Front Line. **Fashion Practice** – The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry, [*s. l.*], v. 6, n. 1, p. 59-85, 2014. Disponível em: https://doi.org/10.2752/175693814X13916967094830. Acesso em: 26 abr. 2019.

ASSOCIATION OF UNIVERSITY LEADERS FOR A SUSTAINABLE FUTURE. **The Talloires Declaration**: 10 Point Action Plan. Talloires: University Leaders for a Sustainable Future, 1990.

BERLIM, L. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2012.

BISNETO, J. P. M.; PEREIRA, S. E. Gestão ou Design de Vestuário? O Ensino da Moda na Bahia. **Gestão & Planejamento – G&P**, [*s. l.*], v. 14, n. 1, p. 157-176, 2013.

BOF TEAM. Li Edelkoort Reads Her Anti-Fashion Manifesto: Trend forecaster Li Edelkoort spoke in December at VOICES, BoF's new annual gathering for big thinkers. **Business Of Fashion – BOF**, Oxfordshire, 9 fev. 2017. News & Analysis. Disponível em: https://www.businessoffashion.com/videos/news-analysis/video-li-edelkoort-reads-her-anti-fashion-manifesto. Acesso em: 9 mar. 2019.

BORGES, M. D. S. Problematizando a formação superior em Moda. **dObras[s]**: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, São Paulo, v. 10, n. 21, p. 111-123, 2017. Disponível em: https://doi.org/10.26563/dobras.v10i21.557. Acesso em: 27 set. 2019.

BOWERS, C. A. Challenges in Educating for Ecologically Sustainable Communities. **Educational Philosophy and Theory**, [*s. l.*], v. 33, n. 2, p. 257-265, 2001. Disponível em: https://doi.org/10.1111/j.1469-5812.2001.tb00267.x. Acesso em: 28 set. 2019.

BRASIL. Resolução CNE/CES nº 5, de 8 de março de 2004. Aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e dá outras providências. **Diário Oficial da União – DOU**, Seção 1, p. 24, 8 mar. 2004. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf. Acesso em: 27 set. 2019.

BRASIL. Ministério da Educação. **Sistema e-MEC**. [*S. l.: s. n.*], [s. d.]. Disponível em: https://emec.mec.gov.br. Acesso em: 27 set. 2019.

CAPRA, F. **As Conexões Ocultas**: Ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2002.

CAPRA, F. **A teia da vida**: Uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 1996.

CAPRA, F.; LUISI, P. L. **A visão sistêmica da vida**: uma concepção unificada e suas implicações filosóficas, políticas, sociais e econômicas. São Paulo: Editora Pensamento-Cultrix, 2014.

CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CARVALHAL, A. **Moda com propósito**: Manifesto pela grande virada. São Paulo: Editora Paralela, 2016.

CIETTA, E. **A revolução do fast-fashion**: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso Futuro Comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CORNER, F. **Why fashion matters**. Londres: Thames & Hudson, 2014.

COSTA, A. B. da; CONTE, N. C.; CONTE, V. C. A China na cadeia têxtil – vestuário: impactos após a abertura do comércio brasileiro ao mercado mundial e do final dos Acordos Multifibras (AMV) e Têxtil Vestuário (ATV). **Revista Teoria e Evidência Econômica**, [*s. l.*], v. 19, n. 40, p. 9-44, 2013.

DELONG, M.; CASTO, M. A.; MIN, S.; LEE, Y. K. Education for apparel sustainability from perspectives of design students from differing cultural contexts. **International Journal of Fashion Design, Technology and Education**, [*s. l.*], v. 9, n. 3, p. 248-260, 2016. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17543266.2016.1173234. Acesso em: 26 abr. 2019.

DEWBERRY, E.; FLETCHER, K. Demi: linking design with sustainability. *In*: The 7th european roundtable on cleaner production, IIIEE, 7., 2001, Lund. **Proceedings** [...]. Lund: Lund University, 2001. p. 1–10. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277768383_demi_linking_design_with_sustainability. Acesso em: 26 abr. 2019.

EHRMAN, E.; WATSON, E. **Fashioned from nature**. Londres: Victoria & Albert Museum, 2018.

ELKINGTON, J. Enter the Triple Bottom Line. *In*: HENRIQUES, A.; RICHARDSON, J. (ed.). **The Triple Bottom Line:** Does it All Add Up? London: Routledge, 2013. cap. 1, p. 1-16. Disponível em: https://doi.org/10.4324/9781849773348. Acesso em: 27 abr. 2019.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **A New Textiles Economy: Redesigning fashion's future**. Isle of Wight: Ellen MacArthur Foundation, 2017. Disponível em: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashions-future. Acesso em: 27 abr. 2019.

FASHION REVOLUTION. **Fashion Revolution Brazil**. [*S. l.: s. n.*], [*s. d.*]. Disponível em: https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/. Acesso em: 26 abr. 2019.

FIEMG. **Panorama de inteligência competitiva para o setor da Moda em Minas Gerais**: vestuário. Belo Horizonte: [*s. n.*], 2018.

FIORENTINO, C. Education on Design for Sustainability: Focus vs. Fragmentation. *In*: PAIVA, F.; MOURA, C. (Orgs.). **Designa2012 In/Sustentabilidade – Un/Sustainability Proceedings**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2013, p. 85-101.

FLETCHER, K; GROSE, L. **Fashion & sustainability**: design for change. London: Laurence King Publishing, 2012.

FRY, T. **Design Futuring**: Sustainability, Ethics and New Practice. New York: Berg Publishers, 2009.

GWILT, A. **A Practical Guide to Sustainable Fashion**. London: Bloomsbury. 2014. Disponível em: https://doi.org/10.5040/9781474218559. Acesso em: 30 abr. 2019.

HERMES, C.; JÚNIOR, J. O curso de design de Moda da faculdade SENAI CETIQT: uma leitura curricular. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 27-52, 2017.

HUR, E.; CASSIDY, T. Perceptions and attitudes towards sustainable fashion design: challenges and opportunities for implementing sustainability in fashion. **International Journal of Fashion Design, Technology and Education**, [*s. l.*], v. 12, n. 2, p. 208-217, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17543266.2019.1572789. Acesso em: 26 abr. 2019.

KHAN, S. A. **Taking Responsibility-Overview**: Promoting Sustainable Practice Through Higher Education Curricula (Environmental Agenda). London: Pluto Press, 1995.

KOZLOWSKI, A.; SEARCY, C.; BARDECKI, M. The reDesign canvas: Fashion design as a tool for sustainability. **Journal of Cleaner Production**, [*s. l.*], v. 183, p. 194-207, 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.014. Acesso em: 28 abr. 2019.

LANDGREN, T. M.; PASRICHA, A. Transforming the fashion and apparel curriculum to incorporate sustainability. **International Journal of Fashion Design, Technology and Education**, [*s. l.*], v. 4, n. 3, p. 187-196, 2011. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17543266.2011.613856. Acesso em: 26 abr. 2019.

LAVER, J. **A roupa e a Moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LEIBOWITZ, D. **Guide to Sustainable Strategies**. [*S. l.*]: Council of Fashion Designers of America, 2019.

LIMA, V. **Ensino superior em design de moda no Brasil**: Práxis e (in)sustentabilidade. 2018. 292 p. Tese (Doutorado em Design e Arquitetura) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero**: A Moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIZ, C. A. C. B. **A moda como instituição social no contexto belo-horizontino na década de 1980**: a contribuição do Grupo Mineiro de Moda na promoção de identidades e subjetividades. 2015. 158 p. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Escola de Arquitetura, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

MARINHO, M. G. S. M. Ensino Superior de Moda: condicionantes sociais e institucionalização acadêmica em São Paulo. *In*: WAJNMAN, S.; ALMEIDA, J. D. (org.). **Moda, comunicação e cultura – um olhar acadêmico**. Fortaleza: Arte e Ciência, 2005.

MARTIS, L. R.; MARTINS, S. R. M. O conceito pioneiro de estilismo na Faculdade Santa Marcelina. **dObra[s]**: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, São Paulo, v .8, n. 18, p. 113-122, 2015.

MARQUES, D.; JACQUES, J. O ensino do design e sustentabilidade nos cursos de Moda no Brasil. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 11., 2015, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Colóquios de Moda, 2015. p. 1-12. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO8-SUSTENTABILIDADE/CO-8-O-ENSINO-DO-DESIGN-E-SUSTENTABILIDADE-NOS-CURSOS-DE-MODA-NO-BRASIL.pdf. Acesso em: 26 set. 2019.

MENDES, F. D. **Educação de Moda para o Futuro**: desenvolvimento sustentável nas dimensões social, econômica, ambiental, cultural e geográfica. São Paulo: EACH, 2017. Disponível em: http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/130/109/552-1. Acesso em: 26 abr. 2019.

OKADA, R. A.; BERLIM, L. Design de Moda: Possibilidades de Inovação Social e Sustentabilidade Fashion Design. **Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 1-24, maio 2014.

ONU. Sobre o nosso trabalho para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil. **Nações Unidas Brasil**, Brasília, [s. d.], Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: https://brasil.un.org/pt-br/sdgs. Acesso em: 24 abr. 2020.

PALOMO-LOVINSKI, N.; HAHN, K. Fashion Design Industry Impressions of Current Sustainable Practices. **Fashion Practice** – The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry, [*S. l.*], v. 6, n. 1, p. 87-106, 2014. Disponível em: https://doi.org/10.2752/175693814x13916967094911. Acesso em: 26 abr. 2019.

PAULA, A.; SIENA, P. M.; MORAIS, S; FERREIRA, O.; NETO, D. M. Panorama do mercado têxtil brasileiro frente à concorrência chinesa – caso Coteminas. **Uni – FACEF –** Centro Universitário de Franca, v. 1, n. 1, p. 140-160, 2000. Disponível em: http://periodicos.unifacef.com.br/forumadm/article/view/627/645. Acesso em: 27 set. 2019.

PEREZ, I. U.; SANTOS, A. dos. Lacunas de Pesquisa em Design de Moda para a Sustentabilidade em sua Dimensão Ambiental. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 12., 2016, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Blucher, 2016. p. 1987-1998. Disponível em: https://doi.org/10.5151/despro-ped2016-0169. Acesso em: 26 abr. 2019.

PIRES, D. B. A História dos cursos de design de Moda no Brasil. **Revista Nexos**: Estudos em Comunicação e Educação, São Paulo, ano IV, n. 9, p. 1-13, 2002. Disponível em: https://codecamp.com.br/artigos_cientificos/db_historia_escola_design_moda_1_.pdf. Acesso em: 26 abr. 2019.

PIRES, D. B. Design de Moda: uma nova cultura. **dObra[s]**: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 66-73, 2007. Disponível em: https://doi.org/10.26563/dobras.v1i1.404. Acesso em: 26 abr. 2019.

PRADO, L. A. do.; BRAGA, J. **História da Moda no Brasil**: das influências às autorreferências. 2. ed. São Paulo: Disal, 2019.

PUPPIM, R.; MENDES, L. A.; BROEGA, A. C. Sustentabilidade no Colóquio de Moda: mapeamento e categorização de artigos. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 14., 2018, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Colóquios de Moda, 2018. p. 1-17.

RANA, M. R. I.; HA-BROOKSHIRE, J. New conceptual framework for fashion business ideation, negotiation, and implementation undergraduate curricula for sustainable development. **International Journal of Fashion Design, Technology and Education**, [*s. l.*], v. 12, n. 2, p. 140-148, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17543266.2018.1534003. Acesso em: 26 abr. 2019.

REMY, N.; EVELINE, S.; SWARTZ, S. Style that's sustainable: A new fast-fashion formula. **Mckinsey & Company**, [*s. l.*], 20 out. 2016, Our Insights. Disponível em: https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula#. Acesso em: 26 abr. 2019.

RISSANEN, T. Possibility in Fashion Design Education – A Manifesto. **Utopian Studies**, [*s. l.*], v. 28, n. 3, p. 528-546, 01 nov. 2017. Disponível em: https://doi.org/10.5325/utopianstudies.28.3.0528. Acesso em: 26 abr. 2019.

RODRIGUES, R. Abertura. *In*: Carvalhal, A. **Moda com propósito**: Manifesto pela grande virada. São Paulo: Editora Paralela, 2016.

SANTOS, A. dos.; PEREZ, I. U. Ensino de Moda para atuação em novos contextos de design e de produção: sustentabilidade, open design e fabricação digital. **Revista de Ensino em Artes, Moda e Design**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 149-174, 2017. Disponível em: https://doi.org/10.5965/25944630112017149. Acesso em: 26 abr. 2019.

SIMMEL, G. **La Moda**. Itália: Mondadori, 2001.

SOUSA, C. S. M.; NEIRA, L. G.; BASTIAN, W. Regulação do ensino do design de Moda – para quem? *In*: Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em Design, 9., 2010, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: AEND-Brasil/Universidade Anhembi Morumbi/Blucher, 2010.

TÄRNEBERG, S.; LEHMANN, M.; EDER-HANSEN, J.; KRUSE, E.; CHALMER, C. **CEO Agenda 2019**. Copenhague: Global Fashion Agenda, 2019.

THE TRUE COST. Direção: Andrew Morgan. Produção: Michael Ross. Estados Unidos da América: Untold Production/Life Is My Movie Entertainment, 2015.

THOMAS, S. From "Green Blur" to Ecofashion: Fashioning an eco-lexicon. **Fashion Theory** – Journal of Dress Body and Culture, [*s. l.*], v. 12, n. 4, p. 525-540, 2008. Disponível em: https://doi.org/10.2752/175174108X346977. Acesso em: 26 abr. 2019.

TOMANEY, M. The Elephant in the Room: Contextualizing the Ethical within Fashion Excellence. *In*: PARKER, L.; DIXON, M. (ed.). **Sustainable Fashion**: A Handbook for Educators. Reino Unido: Labour Behind the Label, 2005. p. 29-32.

VEZZOLI, C.; MANZINI, E. **Design for Environmental Sustainability**. Londres: Springer, 2008. Disponível em: https://doi.org/10.1007/978-1-84800-163-3. Acesso em: 26 abr. 2019.

WILLIAMS, D. Fashioning the Future. **Fashion Practice** – The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry, [*s. l.*], v. 6, n. 1, p. 131-140, 2014. Disponível em: https://doi.org/10.2752/175693814X13916967095118. Acesso em: 26 abr. 2019.

SOBRE A AUTORA

Sandra Maia é designer formada pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Possui MBA em Direção Criativa em Moda pela Universidade Una e mestrado em Design pelo Programa de Pós-graduação em Design da UEMG. Compõe o corpo docente da Escola de Design – Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Desde 2017 é pesquisadora convidada do Laboratório Integrado de Design e Engenharia de Produto (LIDEP), grupo de pesquisa (reconhecido pelo CNPq) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Desenvolve pesquisas na área do design e da moda, com foco em aspectos de ecodesign e sustentabilidade ambiental, social e econômica. Seus temas de interesse tangenciam o universo da moda sob diferentes perspectivas como a da sustentabilidade e processos criativos.

Lattes: http://lattes.cnpq.br/4347737281328856

Orcid: https://orcid.org/0000-0003-0623-1136

Este livro foi produzido pela Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais (EdUEMG) em outubro de 2024. O texto foi composto em Cairo, desenvolvida por Mohamed Gaber, e Noto Sans, por Google. Para obter mais informações sobre outros títulos da EdUEMG, visite o *site*: editora.uemg.br.

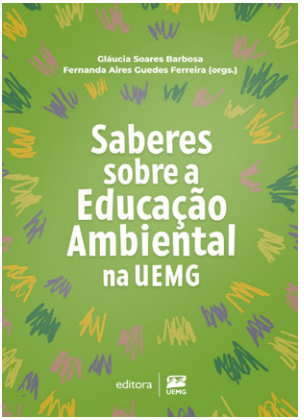
Confira outros títulos da Editora UEMG

Tecnologias vestíveis: memória e intimidade sobre o corpo

Autora:
Thatiane Mendes Duque

Acesse em: editora.uemg.br/catalogo

Este livro investiga as interações entre corpo, roupa e tecnologias vestíveis. Para tanto, a obra propõe tessituras sobre memória, auto-biografia e intimidade. Ao discutir as tecnologias vestíveis, como relógios inteligentes e óculos de realidade virtual ou aumentada, o texto se propõe a pensar de que maneiras a tecnologia permite a ressignificação contínua do contato, do afeto e do desejo.



Saberes sobre a Educação Ambiental na UEMG

Organizadoras:
Gláucia Soares Barbosa e Fernanda Aires Guedes Ferreira

Acesse em: editora.uemg.br/catalogo

Este livro reúne trabalhos que possuem, como eixo norteador, saberes e possibilidades de estudos em Educação Ambiental. Os seis capítulos que compõem a obra foram inspirados por uma EA entendida a partir das relações do indivíduo com o mundo em que vive e sua responsabilidade sobre ele, de forma que é percebida como um processo que educa para uma compreensão/posicionamento sobre a complexidade das questões ambientais.